

**KUALITAS PELAYANAN BERBASIS MASLAHAH DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada *Bus Rapi Transit* Trans Mamminasata di Makassar)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Serjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Islam
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Oleh :

SUDIRMAN
NIM. 10200113158

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SUDIRMAN
NIM : 10200113158
Tempat / Tgl. Lahir : Makassar, 9 Januari 1995
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam / Sarjana Satu (S1)
Alamat : Jl. Tidung 4 Stp. 2 Blok 16 No.91 Makassar
Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan Berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan
Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Bus Rapit Transit* Trans
Mamminasata di Makassar)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal dengan hukum.

Makassar, 21 Agustus 2017

Penulis,

SUDIRMAN
NIM. 10200113158

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Kualitas Pelayanan berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada *Bus Rapit Transit* Trans Mamminasata di Makassar)”, yang disusun oleh saudara **Sudirman**, NIM : **10200113158**, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 18 Agustus 2017, bertepatan dengan 26 Dzulqaidah 1438 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Samata, 22 Agustus 2017 M.
30 Dzulqaidah 1438 H.

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Dr. H. Abdul Wahab, SE., M.Si.	(.....)
Munaqisy I	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.	(.....)
Munaqisy II	: Drs. Urbanus Uma Leu, M.Ag.	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.	(.....)
Pembimbing II	: Dr. Ir. Idris Parakkasi, MM.	(.....)

Diketahui oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur penulis Panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah dan taufiq-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Demikian pula salawat dan taslim senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw, yang telah menuntun umat ke jalan yang lurus dengan ajaran Islam yang dibawanya.

Dalam penyusunan skripsi ini hingga selesainya, penulis banyak mengalami kesulitan. Akan tetapi berkat usaha yang sungguh-sungguh dan adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, maka kesulitan itu dapat teratasi terutama kedua orang tuaku Ayahanda **Djamaluddin** dan Ibunda **Masati**, yang telah mengasuh dan membesarkan dengan penuh rasa kasih sayang, serta memberikan restu dalam penyusunan skripsi ini.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terlepas dari uluran tangan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya serta penghargaan yang setinggi kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si Selaku Rektor UIN alauddin Makassar
beserta wakil Rektor I, II, III, IV

2. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta Wakil Dekan I, II, III atas segala fasilitas yang diberikan dan senantiasa memberikan dorongan, bimbingan, dan nasehat kepada penulis.
3. Dr. Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam beserta Drs. Thamrin Logawali, MH selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah menjadi “pintu kemana saja” di setiap jalan buntu yang penulis hadapi, serta senantiasa memberi bimbingan dan nasehat selama masa studi.
4. Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak. Dan Dr. Ir. Idris Parakkasi, MM. Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang tulus ikhlas meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan arahan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak, Ibu, dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini, yang tanpa pamrih dan penuh kesabaran berbagi ilmu pengetahuan selama masa studi. Semoga Allah SWT melimpahkan keberkahan-Nya.
6. Pegawai lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis selama menjalani masa studi.
7. Drs. H. Milyas Haryanto, M.Si, selaku General Menager dan Misran Hakim, S.Sos, selaku Menager Usaha Perum Damri Makassar yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti di BRT Trans Mamminasata, Terima Kasih banyak.

8. Seluruh responden pengguna BRT Trans Mamminasata atas kerjasamanya dalam memberikan informasi.
9. Saudara-Sandaraku tercinta, Ramlahwati, Tri Wahyuningsih, S.Pd, Muh. Yusuf Jamaluddin, S.Kom, Zulkifli Jamaluddin, S.Pd, Nurul Fadilah S.Hum, yang telah memotivasi, membantu penyusunan skripsi dan senantiasa mendoa'kan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
10. Seluruh keluarga tercinta, memotivasi serta senantiasa mendoa'kan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
11. Sahabat-sahabat yang sudah seperti saudara sendiri, Aswandi Jusbah, Andi Abdul Haris, Muh. Shadiq. Semoga Allah SWT senantiasa mengukuhkan Persahabatan kita.
12. Teman Seperjuangan dalam moment penyusunan skripsi Muh. Ramlan, Dwi Monica, Muh. Fauzi, Harlina. Munirah, Ridwan, Amri, Yudhi Pratama Suardi, Andi Wahyudi yang sudah banyak membantu dan memberi saran dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian.
13. Teman Seperjuangan Muh. Rofian dan Rizna Novia yang sudah banyak membantu mengolah data dan memberi saran dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian.
14. Teman-Teman KKN Angkatan 55 Posko Desa Baring Kecamatan Segeri Kabupaten Pangkep, Nasri, Wawan, Salmira, Ahsan, Ilham, Hasrul, Ikbal, Riska, Putri, Rini, Reski, Nurkhaifah, terima kasih atas semangat dan

motivasi yang kalian berikan kepada penulis dan terima kasih atas hari-hari yang kita jalani selama kurang lebih 2 bulan, canda, tawa, dan tangis semuanya akan selalu membekas dalam hati.

15. Seluruh saudara-saudari seperjuanganku keluarga besar jurusan Ekonomi Islam tanpa terkecuali, yang telah berbagi cerita dalam suka duka terutama Kelompok EKIS D Ekonomi Islam angkatan 2013 yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga keberkahan-Nya dan kesuksesan selalu mengiringi kita semua.

Atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis momohon doa kehadiran Ilahi Rabbi, kiranya jasa-jasanya memperoleh balasan di sisi-Nya juga untuk semua yang telah hadir di sisi kehidupan penulis.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun.

Billahitaufiq Wal Hidayah

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar, 21 Agustus 2017

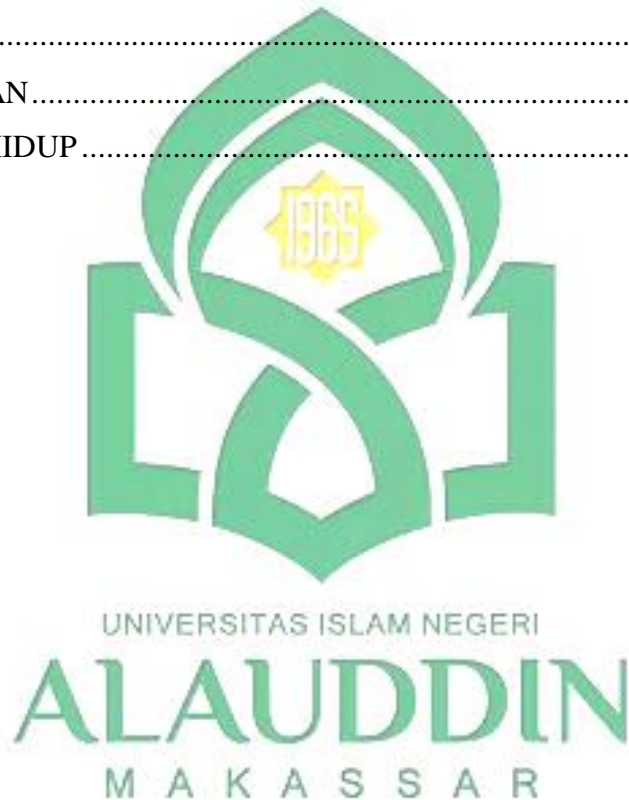
Penulis,

SUDIRMAN
NIM. 10200113158

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1-26
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Hipotesis.....	11
F. Definisi Operasional Variabel.....	18
G. Kajian Pustaka.....	23
 BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	 27-48
A. Teori <i>Al-Maslahah</i>	27
B. Kualitas Pelayanan	32
C. Kepuasan Pelanggan	35
D. Kualitas Pelayanan Berbasis <i>Maslahah</i>	41
E. Kerangka Pikir.....	47
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 49-59
A. Jenis Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Metode Pengumpulan Data	51
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Tehnik Analisis Data	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 60-113
A. Gambaran Umum Instansi	60
B. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
C. Hasil Penelitian.....	73

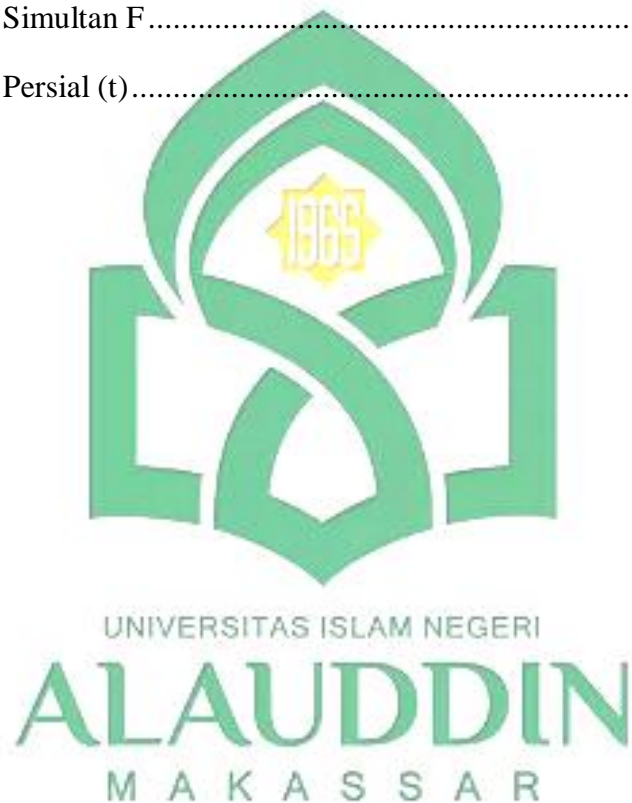
D. Analisis Data	80
E. Pembahasan Hasil Penelitian	102
BAB V PENUTUP	114-116
A. Kesimpulan	112
B. Implikasi / Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117-121
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	122-136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	137



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penelitian terdahulu	24
Tabel 4.1 : Analisis Tingkat Pengembalian Kuesioner	68
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan	70
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	72
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4.6 : Variabel Keandalan berbasis <i>Maslahah</i>	74
Tabel 4.7 : Variabel Daya Tanggap berbasis <i>Maslahah</i>	75
Tabel 4.8 : Variabel Bukti Fisik berbasis <i>Maslahah</i>	76
Tabel 4.9 : Variabel Jaminan berbasis <i>Maslahah</i>	77
Tabel 4.10 : Variabel Empati berbasis <i>Maslahah</i>	78
Tabel 4.11 : Variabel Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 4.12 : Hasil Pengujian Validitas Variabel X_1	81
Tabel 4.13 : Hasil Pengujian Validitas Variabel X_2	82
Tabel 4.14 : Hasil Pengujian Validitas Variabel X_3	82
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Validitas Variabel X_4	83
Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Validitas Variabel X_5	84
Tabel 4.17 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	85
Tabel 4.18 : Hasil Pengujian Reliabilitas	86
Tabel 4.19 : Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.20 : Hasil Uji Multikolonieritas	89

Tabel 4.21 : Hasil Uji Autokorelasi	90
Tabel 4.22 : Tabel Durbin Watson.....	91
Tabel 4.23 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Tabel 4.24 : Hasil Uji Determinasi	94
Tabel 4.25 : Hasil Uji Simultan F.....	94
Tabel 4.26 : Hasil Uji Persial (t).....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka pikir	48
Gambar 4.1 : Logo DAMRI	61
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi Perusahaan	66
Gambar 6.1 : BRT Trans Mamminasata di Mall Panakuk kang	123
Gambar 6.2 : Pelanggan sementara mengisi koesioner	123
Gambar 6.3 : Penulis Mengarahkan Responden	124
Gambar 6.4 : Pelanggan sementara mengisi koesioner	124
Gambar 6.5 : Penulis Memberikan Koesioner kepada Pelanggan	125
Gambar 6.6 : Penulis bersama Menager Usaha Perum. Damri	125
Gambar 6.7 : Pelanggan sementara mengisi koesioner	126
Gambar 6.8 : Rute BRT Trans Mamminasata di Makassar	126
Gambar 6.8 : Hasil Uji Normalitas	128
Gambar 6.9 : Hasil Uji Normalitas	129
Gambar 6.10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	131

ABSTRAK

Nama : Sudirman

Nim : 10200113158

Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan Berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Bus Rapit Transit Trans Mamminasata di Makassar*)

Pokok masalah penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar yang merupakan salah satu bentuk kualitas pelayanan yang bersifat *Syara'* dalam mengatasi permasalahan di bidang transportasi terhadap Kota Metropolitan dengan pemberian layanan yang baik, aman, nyaman, handal, cepat, dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden yang pernah menggunakan layanan BRT Trans Mamminasata lebih dari dua kali. Metode Pengambilan data menggunakan Kuesioner/angket. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pemilihan dimana pelanggan yang dipilih yang kebetulan dijumpai di lokasi penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan Hasil penelitian menemukan hasil dengan melihat uji t (persial) bahwa ada tiga hipotesis dalam penelitian ini telah terbukti berpengaruh secara signifikan. yaitu Keandalan berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis *Maslahah* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ada dua hipotesis tidak berpengaruh yaitu Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Implikasi pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang paling dominan adalah empati berbasis *Maslahah* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan seperti pelayanan yang memberikan perhatian khusus kepada pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Maslahah*, Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menghadapi globalisasi yang penuh tantangan dan peluang, pemerintah hendaknya memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, berorientasi pada kebutuhan dan Kepuasan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam pemberian pelayanan di bidang jasa. Memperhatikan peran pelayanan yang semakin menonjol maka tidaklah heran apabila masalah pelayanan mendapat perhatian besar, baik oleh masyarakat umum maupun dalam kaitannya perusahaan. Pemerintah setidaknya memperhatikan masalah pelayanan tersebut. Karena menyangkut kepentingan umum, maupun kepentingan rakyat secara keseluruhan.

Transportasi berperan dalam mengkomodasi aktivitas ekonomi masyarakat, dengan adanya aliran orang maupun barang dari satu tempat ke tempat lain, maka terdapat unsur ekonomi didalamnya yang juga turut berpindah tempat. Oleh karena itu semakin maju sistem transportasi suatu daerah maka semakin maju pula tingkat perekonomiannya. Untuk memperlancar aktifitas tersebut, maka transportasi membutuhkan sarana berupa angkutan umum yang berkualitas. Dalam mewujudkan sistem transportasi yang berkualitas pemerintah harus mampu merencanakan dan mengelola sistem transportasi dengan baik.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas jasa (kualitas teknik dan kualitas pelayanan) dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat sesaat

(Rangkuti 2006:21). Kualitas pelayanan erat hubungannya dengan Kepuasan pelanggan ini sesuai dengan definisi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui jasa yang dikonsumsi (Nasution,2015:48).

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa. Jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, (Kementerian Agama RI, 2008: 45) yang menyatakan bahwa:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا
 أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Terjemahan :

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Kementerian Agama RI, 2008: 45)

Ayat ini menjelaskan bahwa Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Menurut Mowen & Minor (2001:56) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaianpun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkuat posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Menurut mazhab mainstream dalam (Karim, Adiwarmanto 2003:49) menjelaskan perbedaan ekonomi Islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas versus keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya.

Setiap aspek dalam proses kinerja harus memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan atau masyarakat. Dalam proses manajemen kinerja, umpan balik dan pengukuran harus membantu pekerjaan dan Perencanaan Kinerja. Prinsip pelayanan merupakan tanda yang paling kuat untuk pengukuran, perencanaan, dan pekerja (Wibowo, 2006:47). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَهُمْ لَوْلَا كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahan :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah maupun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Kementerian Agama RI, 2008: 71).

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Kemudian di Jakarta memiliki busway Trans jakarta sebagai salah satu angkutan kota yang didesain untuk mengatasi persoalan kemacetan, Makassar mempunyai Bus Rapid Transit (BRT) Mamminasata yang juga dibuat untuk mengatasi persoalan yang sama. BRT Trans Mamminasata adalah layanan angkutan

massal *bus rapid transit* (BRT) di Kota Makassar yang mulai beroperasi pada Maret 2014. Koridor pertama yang dibuka adalah rute Mal GTC – Mal Panakkukang. Pengoperasian bus ini sudah direncanakan sejak tahun 2007, namun terus tertunda oleh berbagai faktor. Pada tahun 2011, Kementerian Perhubungan menunjuk tiga kota, yakni Padang, Surabaya, dan Makassar, untuk penerapan BRT pada tahun itu, namun hal tersebut kembali gagal terealisasi hingga 2012 dan 2013. Bus Trans Mamminasata itu memiliki kapasitas penumpang sebanyak 40 orang, dengan rincian 20 orang duduk dan 20 orang berdiri dengan pegangan tangan, serta dilengkapi fasilitas tempat duduk prioritas untuk para penumpang lanjut usia, ibu hamil, dan penumpang dengan anak serta penumpang berkebutuhan khusus. Bus ini beroperasi setiap hari mulai dari pukul 08.00 WITA hingga 19.00 WITA. Karcis dapat dibeli di halte dengan tarif sebesar Rp. 5.000 untuk umum untuk satu kali perjalanan jauh atau dekat. (“Trans Mamminasata”2016,)

Namun, sejak awal diluncurkan, Bus Rapid Transit (BRT) Mamminasata belum berhasil menarik perhatian pengguna angkutan umum kota. Hal ini dikarenakan BRT Mamminasata tidak mempunyai jalur khusus seperti layaknya busway di Jakarta. Dimana busway bisa membawa warga berkeliling Jakarta dengan jalur khususnya yang tentunya pula menjamin pengguna dari kemacetan.

Kendala tidak mempunyai jalur khusus ini membuat warga Kota Makassar masih memilih Pete-Pete (sebutan masyarakat setempat untuk angkutan kota) sebagai angkutan favorit mereka. Padahal BRT Mamminasata mempunyai beberapa kelebihan yang bisa dinikmati oleh pengguna angkutan umum kota. Hanya dengan

lima ribu rupiah warga Kota Makassar bisa mengelilingi Kota Makassar. Bahkan BRT Mamminasata ini menghubungkan Kota Makassar dengan Kabupaten Gowa serta Kabupaten Maros. Selain full AC, keamanan dan jaminan (Assurance) dari BRT Mamminasata ini terjamin dengan pengawasan langsung oleh petugas perhubungan Kota Makassar. Namun, karena tak mempunyai jalur khusus, maka penggunaanya juga sedikit.

Dari pantauan yang dilakukan oleh penulis di Mall Panakukang, Kota Makassar, BRT Mamminasata terlihat kosong sehingga terkadang BRT Mamminasata harus parkir sambil menunggu penumpang. Dilihat dari sisi kehandalan (Reliability) di Mall Panakukang, BRT Mamminasata tak mempunyai halte yang layak. Tampak tangga dari besi dibuat secara khusus untuk mempermudah penumpang naik ke BRT Mamminasata.

Selain itu, kemampuan fisik (tangible) belum terealisasi contohnya beberapa halte Mamminasata terlihat tak terawat bahkan ada beberapa yang tak difungsikan. Di depan Kantor Gubernur Sulawesi Selatan terdapat sebuah halte BRT Mamminasata, namun tampak tak ada satu calon penumpang pun yang terlihat dan pintu halte tampak tertutup. Dinding halte terlihat penuh dengan coretan seperti halnya di Halte Universitas Islam Makassar dan Unibos Makassar. Diliat dari daya tangkap (Responsiveness) pada BRT Trans Mamminasata belum adanya jam kedatangan BRT sehingga masyarakat lama menunggu dalam halte, Operasional Trans Mamminasata terutama waktu tempuh dan jadwal bus pada setiap halte itu

masih belum optimal. Jika lama menunggu bus di halte, tentu penumpang lebih senang pakai angkot atau lainnya.

Konsep pengoperasian *Bus Rapit Transit* (BRT) diantara cirri-cirinya adalah tempat perhatian khusus, Bus Khusus, Sistem tiket khusus, frekuensi pelayanan sering dan teratur sepanjang hari. Dengan adanya konsep pengoperasian yang telah ditetapkan *bus rapit transit* memiliki pelayanan serta fasilitas yang paling mendukung dalam menyediakan sarana transportasi ini menjadi penting untuk diperhatikan agar dapat memenuhi harapan konsumen akan kualitas layanan yang baik dan dapat memudahkan masyarakat menggunakan BRT Trans Mamminasata.

(Zakaria, 2013) Dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen terhadap pengguna jasa transportasi (Studi pada pengguna Bus Trans Jogja Di kota Yogyakarta). Dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap Kepuasan konsumen Bus Trans Yogyakarta. Sedangkan penelitian (Andayani, 2010) yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan konsumen (Studi pada PT. kereta Api Persero Surabaya, dengan hasil penelitian dimensi yang ada dari 5 variabel kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati sebagai variabel bebas yang dianalisis mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

(Azhari, 2014). Dalam jurnal penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans

Semarang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, tarif, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan penumpang BRT Trans Semarang koridor II secara persial. Dan kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan penumpang BRT Trans Semarang koridor II secara simultan. Hendaknya ditingkatkan kualitas Pelananan agar penumpang merasa nyaman dan puas saat menggunakan jasa transportasi BRT Trans Semarang.

Oleh karena itu, sudah saatnya Pemerintah Kota Makassar agar bisa memperbaiki pelayanan BRT Trans Mamminasata. Pertumbuhan penduduk dan ekonomi membuat Makassar sebagai salah satu kota yang berisiko sebagai kota macet seperti Jakarta. Jika BRT Trans Mamminasata tidak mempunyai jalur khusus, maka kehadiran BRT ini hanya akan sebatas romantika saja. (Tunny, 2015)

Setidaknya Pemerintah Kota Makassar harus membenahi lagi pelayanan jasa yang diberlakukan di Bus BRT Trans Mamminasata. kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Sehingga masyarakat dapat memanfaatkan sebaik mungkin fasilitas pelayanan umum. Berdasarkan uraian diatas, Peneliti tertarik untuk meneliti **“Kualitas Pelayanan Berbasis Masalah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bus Rapi Transit Trans Mamminasata di Makassar) ”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan diatas, pokok permasalahan yang akan dibahas adalah :

1. Apakah keandalan (*reliability*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar ?
2. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar ?
3. Apakah bukti fisik (*tangibles*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar ?
4. Apakah jaminan (*assurance*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar ?
5. Apakah empati (*emphaty*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keandalan (*reliability*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.
2. Untuk mengetahui daya tanggap (*responsiveness*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.
3. Untuk mengetahui bukti fisik (*tangibles*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.
4. Untuk mengetahui jaminan (*assurance*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.
5. Untuk mengetahui empati (*emphaty*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan jawaban mengenai kebenaran yang dikemukakan teori Kualitas Pelayanan bahwa, definisi kualitas pelayanan adalah menurut Tjiptono (2009: 98), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang

diharapkan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan Perum Damri Makassar untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan bisa terpuaskan menggunakan BRT Trans Mamminasata.

E. Hipotesis

Hipotesis (Noor: 2010) berasal dari dua kata *hypo* (belum tentu benar) dan tesis kesimpulan. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah berdasarkan tinjauan pustaka yang diuraikan sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan Keandalan (*Reliability*) menurut Parasuraman *et.al* (2005) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijadikan secara akurat dan dapat diandalkan.

Zakaria, Syandy Ibnu (2013) Dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen terhadap pengguna jasa transportasi (Studi pada pengguna Bus Trans Jogja Di kota Yogyakarta). Dengan hasil

penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap Kepuasan konsumen Bus Trans Yogyakarta. Sedangkan penelitian Wiwik Andayani yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan konsumen (Studi pada PT. kereta Api Persero Surabaya, dengan hasil penelitian dimensi yang ada dari 5 variabel kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati sebagai variabel bebas yang dianalisis mempunyai pengaruh secara menyakinkan terhadap Kepuasan konsumen.

Uraian tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali Keandalan (*Reliability*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

H1 : Keandalan (*Reliability*) dalam Kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. (Khan dan Ghifari, 1992), Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nash*). Semua barang dan jasa

yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *masalah*. Atau memelihara tujuan syara' dan meraih manfaat / menghindarkan kemudharatan. Hukum Syara' adalah seperangkat peraturan yang berupa ketentuan Allah tingkah laku manusia yang diakui dan diyakini berlaku yang bersifat mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.

Dalam jurnal Penelitian Bahril d. s. (Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah SUMUT Medan) dengan judul Pembangunan perumahan rakyat dalam perspektif mashlahah Studi kasus : perum perumnas. Dengan hasil penelitian Terdapat penilaian yang dapat mengkaitkan pemahaman tentang pemikiran Imam Ghazali tentang mashlahah, prinsip tujuan ekonomi Islam dan tujuan pembangunan perumahan oleh Perum Perumnas yaitu mencapai falah (masyarakat yang sejahtera) melalui memecahkan masalah-masalah dalam bidang perumahan (mashlahah). Dalam memformulasikan pemikirannya tentang negara, al-Ghazali lebih mengarahkan kepada penerapan prinsip mashlahah untuk mengatasi kemudharatan dalam tujuan pendirian negara dan kewajiban negara. Dihubungkan dengan pemikiran Asy-Syatibi yang berkaitan dengan teori ekonomi dalam aspek prioritas konsumsi, produksi dan distribusi. Konsep maqashid syar'î yang dikemukakan Asy-Syatibi harus jadi acuan dalam setiap analisis ekonomi, sehingga sistem dan pemahaman yang diformulasikan memberi kemashalahatan dan mampu menjadi solusi dalam memecahkan masalah ekonomi.

Uraian tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan.

H2 : Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam Kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

3. Bukti Fisik (*Tangibles*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. (Khan dan Ghifari, 1992), Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nash*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *masalah*. Kemampuan Fisik (*Tangibles*) menurut Parasuraman et. al., (2005) adalah Tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Azhari (2014). Dalam jurnal penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, tarif, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan penumpang BRT Trans Semarang koridor II secara persial. Dan kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan penumpang BRT Trans

Semarang koridor II secara simultan. Hendaknya ditingkatkan kualitas Pelayanan agar penumpang merasa nyaman dan puas saat menggunakan jasa transportasi BRT Trans Semarang.

Uraian tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali Bukti Fisik (*Tangibles*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

H3 : Bukti Fisik (*Tangibles*) dalam Kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

4. Jaminan (*Assurance*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. (Khan dan Ghifari, 1992), Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nash*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *masalah*. Jaminan (*Assurance*) menurut Parasuraman et. al., (2005) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat,

kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Hadiwijaya dan Marismiati (2013), Dalam Jurnal Vol. 3 No. 3 Dengan Judul Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa BRT Transmisi Palembang. Hasil Penelitian Uji Hipotesis untuk mengetahui pengaruh X_4 terhadap Y, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung 4,295 dan sig. Sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti variabel jaminan berpengaruh nyata terhadap variabel tingkat Kepuasan pelanggan pada taraf nyata. Hasil pengujian Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, dengan arah hubungan positif. Jadi dengan demikian hipotesis H4 diterima.

Uraian tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali Jaminan (*Assurance*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan.

H4 : Jaminan (*Assurance*) dalam Kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

5. Empati (*Emphaty*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara

penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. (Khan dan Ghifari, 1992), Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nash*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *maslahah*. *Emphaty* (perhatian) menurut Parasuraman et. al., (1984) adalah Peduli, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

Hadiwijaya dan Marismiati (2013), Dalam Jurnal Vol. 3 No. 3 Dengan Judul Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa BRT Transmusi Palembang. Hasil Penelitian Uji Hipotesis untuk mengetahui pengaruh X_5 terhadap Y, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung 1,591 dan sig. Sebesar 0,115 yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti variabel empati tidak berpengaruh nyata terhadap variabel tingkat Kepuasan pelanggan pada taraf nyata. Hasil pengujian Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel empati tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, dengan arah hubungan positif. Jadi dengan demikian hipotesis H4 ditolak.

Uraian tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali Empati (*Emphaty*) dalam kualitas pelayanan berbasis *masalah* dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan.

H5 : Empati (*Emphaty*) dalam Kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

F. Definisi Operasional Variable

1. Variable Independen

Variabel bebas adalah (*independent variable*) merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini adalah dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah, variabel kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2009: 98), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik, bermanfaat, memuaskan. Sehingga kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* yang terdiri dari 5 dimensi :

- a. Bukti Fisik (tangibles) berbasis *Maslahah*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Zeithaml *et al*, 2004). Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: gedung, mobil, bus, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Adapun indikatornya sebagai berikut:
- 1) Kebersihan di dalam BRT sudah bersih.
 - 2) Tersedia fasilitas mobilitas.
 - 3) Halte mudah dijangkau.
 - 4) Fasilitas Halte sudah memadai
 - 5) Fasilitas AC, dan penerangan berfungsi baik
 - 6) Tempat duduk dalam keadaan baik
- b. Keandalan (*Reliability*) berbasis *Maslahah*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. (Zeithaml *et al*, 2004). Adapun indikatornya sebagai berikut :
- 1) Keberangkatan BRT tepat waktu.
 - 2) Besar tarif terjangkau sama pelanggan.

- 3) Besar tarif sesuai dengan fasilitas yang ada.
 - 4) Jam operasional dari pagi-malam membantu pelanggan.
 - 5) Informasi mudah didapat di halte maupun didalam BRT.
 - 6) Penampilan pegawai sudah rapi.
- c. Daya Tanggap (*responsiveness*) berbasis *Maslahah*, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas (Zeithaml *et al*, 2004).. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Adapun indikatornya sebagai berikut:
- 1) Kemampuan memberikan tanggapan dengan baik.
 - 2) Kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan.
 - 3) Kemampuan memberikan informasi dengan cepat.
 - 4) Kemampuan memperlancar aktivitas pelanggan.
 - 5) Kemampuan menjangkau seluruh jalan dikota Makassar.
 - 6) Kemampuan untuk memeriksa tiket secara teratur.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*) berbasis *Maslahah*, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan . Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan

dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Zeithaml *et al*, 2004). Adapun indikatornya sebagai berikut :

- 1) Pelanggan merasa nyaman.
 - 2) Pelanggan merasa nyaman dari tindak kejahatan.
 - 3) Pelanggan mudah mendapatkan informasi.
 - 4) Pelanggan terjamin keamanannya dalam BRT.
 - 5) Pelanggan membawa barang terjamin keamanannya
 - 6) Kursi yang diduduki terjamin keamanannya.
- e. Empati (*empathy*) berbasis *Maslahah*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan. kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijadikan secara akurat dan dapat diandalkan. (Zeithaml *et al*, 2004).
- 1) Karyawan selalu komunikatif.
 - 2) Karyawan memberikan perhatian khusus untuk semua pelanggan.
 - 3) Karyawan memberikan pelayanan dengan ramah.
 - 4) Karyawan selalu senyum dalam melayani pelanggan.
 - 5) Karyawan baik dalam mengemudi BRT.
 - 6) Karyawan senang hati menjawab pertanyaan pelanggan.

Adapun indikatornya yaitu komunikasi terhadap masyarakat, pemaparan dampak dari operasional perusahaan, mendengarkan keluhan masyarakat, program kualitas pelayanan, pemberdayaan ekonomi dan peningkatan transportasi umum yang nyaman. Indikator ini diukur dengan skala likert yaitu mengukur sikap dengan mengatakan setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan dengan skor 5 (SS = Sangat Setuju), Skor 4 (S = Setuju), Skor 3 (KS = Netral), Skor 2 (TS = Tidak Setuju), dan Skor 1 (STS = Sangat Tidak Setuju).

2. Variabel Dependen

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan (Y). Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada pelanggan. Penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 2007: 86).

Untuk mengukur tingkat kepuasan sangatlah perlu, dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang diberikan mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Variabel Kepuasan pelanggan berupa suatu penilaian dan respon

atau feedback atas pelayanan yang telah diberikan kepada BRT Trans Mamminasata.

Adapun indikatornya sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan bermanfaat bagi pelanggan
- 2) Harga tiket terjangkau dan bermanfaat bagi pelanggan
- 3) Fasilitas AC, penerangan, halte bermanfaat bagi pelanggan.
- 4) BRT mudah dijangkau pada jadwal yang ditentukan.
- 5) BRT mudah dijangkau dibandingkan angkutan umum lain.
- 6) Pelanggan memilih BRT setelah membandingkan transportasi umum lain.
- 7) BRT transportasi yang nyaman dan bermanfaat.
- 8) Kualitas pelayanan sesuai harga tiket.
- 9) Pelanggan senang menggunakan BRT.
- 10) Secara keseluruhan kualitas pelayanan BRT bermanfaat bagi pelanggan.

G. *Kajian Pustaka*

Untuk memperjelas variabel dalam penelitian ini, maka penulis mengemukakan sumber-sumber primer yang menjadi acuan pokok. Dalam penelitian ini terdiri atas lima penelitian terdahulu yaitu Zakaria (2013) dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pengguna jasa transportasi (Studi kasus pada pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta). Andayani (2010) yang berjudul Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya).

Penelitian selanjutnya yang ketiga Pratiwi (2012) dengan judul Pengaruh kualitas layanan dan harga tiket terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Kereta

Api kaligung Mas Kelas Eksekutif pada PT. KAI DAOP 4 Semarang. Penelitian yang keempat Azhari (2009) dengan judul Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang koridor II). Dan terakhir penelitian Bahril (2016). Dengan judul penelitian Pembangunan perumahan rakyat dalam perspektif mashlahah Studi kasus : perum perumnas. Kesemua aktifitas ekonomi harus menuju kepada kemashalahatan sehingga dapat memelihara maqashid syar'iah. Nilai-nilai tersebut perlu diberi skala prioritas sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Ini bersesuaian dengan prinsip-prinsip Kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan transportasi untuk memuaskan pelanggan. Berikut ini tabel mengenai hasil penelitiannya :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Judul	Alat analisis	Hasil
1	Shandy Ibnu Zakaria (2013)	Sikap pelayanan Harga Kepuasan pelanggan	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Kota Yogyakarta).	Uji validitas Uji reliabilitas Uji asumsi klasik Uji regresi berganda Pengujian hipotesis	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen BUS Trans Jogja
2	Wiwik Andayani (2010)	Kualitas layanan Kepuasan	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya	Uji regresi berganda	Dimensi yang ada dari 4 variabel kualitas pelayanan sebagai

		konsumen	Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya)		variabel bebas yang dianalisis mempunyai pengaruh secara meyakinkan terhadap kepuasan konsumen.
3.	Ade Duana Pratiwi (2012)	Kualitas pelayanan Harga Kepuasan pelanggan	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Kaligung Mas Kelas Eksekutif Pada PT. KAI DAOP 4 Semarang .	Regresi linier berganda Uji asumsi klasik	Kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa kereta api.
4.	Amri Rifqi Azhari, Nawazirul Lubis & Ngatno (2009)	Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang koridor II)	Uji validitas dan reliabilitas Deskriptif dan verifikatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang BRT Trans Semarang koridor II.
5.	Bahril d. s. 2016.	<i>Service quality Satisfaction Service loyalty</i>	Pembangunan perumahan rakyat dalam perspektif mashlahah Studi kasus : perum perumnas.	Penelitian Kualitatif.	Kesemua aktifitas ekonomi harus menuju kepada kemashalahatan sehingga dapat memelihara maqashid syar'iah. Nilai-nilai tersebut perlu diberi skala prioritas sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Ini bersesuaian dengan

					<p>prinsip-prinsip pembangunan perumahan yang dilakukan pemerintah melalui Perum Perumnas. Sehingga Masalah disini dapat bermanfaat bagi orang lain dan diri kita sendiri.</p>
--	--	--	--	--	--



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Teori Al-Maslahah*

Syariah Islam mengingatkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam Shatibi menggunakan istilah '*maslahah*' yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminology ekonomi konvensional. *Maslahah* merupakan tujuan hokum *syara'* yang paling utama. (Nasution, Mustafa 2006 : 62) Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. (Khan dan Ghifari, 1992), Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nash*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *maslahah*. Atau memelihara tujuan *syara'* dan meraih manfaat / menghindarkan kemudharatan. Hukum *Syara'* adalah seperangkat peraturan yang berupa ketentuan Allah tingkah laku manusia yang diakui dan diyakini berlaku yang bersifat mengikat untuk semua umat yang beragama Islam. Hukum *Syara'* di sebut juga Hukum Islam, Macam-macam hokum Islam terbagi menjadi 5, yaitu: Wajib, Sunnah, Haram, Makruh, Mubah. (Hukum *Syara'*, Wikipedia, 2007)

Kegiatan-kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang menyangkut *maslahah* tersebut harus dikerjakan sebagai suatu ibadah, karena

tujuannya bukan hanya Kepuasan di dunia tapi juga kesejahteraan di akhirat. Semua aktivitas tersebut yang memiliki *masalah* bagi manusia disebut kebutuhan. Dan semua kebutuhan ini harus deisepakati. Oleh karena itu transportasi umum seperti BRT adalah sebuah kebutuhan untuk setiap individu manusia dalam memenuhi kepuassannya. Dan mencukupi kebutuhan dan bukan m,emenuhi Kepuasan / keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.

Adapun menurut al-Ghazâlî, dijelaskan bahwa secara *harfiah masalah* adalah menarik kemanfaatan dan menghindarkan kerugian. Namun yangdikehendaki dalam pembahasan *masalah* ini bukanlah pengertian tersebut,akan tetapi melestarikan tujuan-tujuan shâri'at. Sedangkan tujuan syari'ah pada makhluk mencakup lima hal, memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta kekayaan. Karenanya setiap hal yang memiliki muatan pelestarianterhadap lima prinsip dasar ini adalah *masalah*. Sedangkan hal-hal yang menghambat pencapaian prinsip-prinsip ini disebut *mafsadah* dan menolak atas *mafsadah* adalah suatu *masalah*.

Syari'ah Islam adalah rahmat bagi seluruh alam termasuk manusia. Oleh karena itu ada tiga tujuan hukum Islam yaitu menyucikan jiwa agar setiap Muslim bisa menjadi sumber kebaikan, menegakkan keadilan dalam masyarakat, dan kemaslahatan bagi manusia. Kemaslahatan yang diwujudkan melalui hukum-hukum Islam dan ditetapkan berdasarkan nash-nash agama adalah *masalah* hakiki, maksudnya *masalah* hakiki disini mengacu pada lima hal, yaitu:

1. Menjaga Agama, dalam Hal ini Islam melindungi kebebasan beragama. Tidak ada paksaan dalam menganut agama Islam, sesungguhnya telah jelas perbedaan antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat.
2. Menjaga jiwa, syaria'ah Islam memelihara hak untuk hidup secara terhormat dan juga menghindarkan dari segala perbuatan perusakan atas anggota tubuh.
3. Menjaga Akal. Syari'ah Islam menjaga akal agar tidak terkena bahaya yang mengakibatkan orang yang bersangkutan tidak berguna lagi bagi masyarakat, menjadi sumber keburukan dan penyakit bagi orang lain.
4. Menjaga keturunan. Islam memelihara kelangsungan hidup manusia dan membina generasi penerus agar terjalin persahabatan diantara sesama umat manusia.
5. Menjaga Harta. Syari'ah Islam menjamin kepemilikan pribadi.

Maslahah sebagaimana terumuskan kedalam lima segi tersebut tidak berada pada satu tindakan. Akan tetapi terbagi dalam tiga tindakan, yaitu: Dharuriyat, suatu tindakan dimana dimana berbagai *Maslahah* tersebut tidak akan terealisasi tanpa sepenuhnya tindakan ini, Misalnya karena terpaksa demi mempertahankan nyawa diperbolehkan makan yang haram. Hajjiyat, segala sesuatu yang oleh hukum syara dimaksudkan untuk menghilangkan kesempitan, atau berhati-hati terhadap lima pokok tersebut, misalnya diperbolehkannya sejumlah transaksi yang dibutuhkan manusia. Tahsinat, segala hal yang dimaksudkan untuk menjaga kehormatan dan melindungi lima hal pokok tersebut, misalnya diharamkannya seorang wanita keluar ditengah jalan mengenakan perhiasan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa *maslahah* yaitu mengambil segala bentuk kemanfaatan dan menolak segala yang dapat mendatangkan mafsadat (kerugian) dengan melestarikan tujuan-tujuan syariat.

Adapun sifat-sifat *maslahah* sebagai berikut:

1. *Maslahah* bersifat subjektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu *maslahah* atau bukan bagi dirinya
2. *Maslahah* orang per orang akan konsisten dengan *maslahah* orang banyak banyak.
3. *Maslahah* mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat, baik itu produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi.

Tidak semua barang / jasa yang memberikan Kepuasan / *utility* mengandung *maslahah* didalamnya, sehingga tidak semua barang/jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep Kepuasan dengan pemenuhan kebutuhan (yang terkandung di dalamnya *maslahah*). Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dalam ayat al-Qur'an dan hadits-hadits mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama (Binroh: 2014). Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yaitu Q.S Al-Maidah: Ayat 2.

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿١٠٦﴾

Terjemahan :

‘...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya’. (Kementerian Agama RI, 2008: 106)

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah : “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya”.

Hadits berikutnya adalah tentang standar layanan yang “harus” diberikan kepada sesama. Beliau Rasulullah SAW bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik RA : “Tidak sempurna iman seseorang sampai dia

mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”. (HR. Bukhori). Inti hadits ini adalah “Perlakukan sesama saudara kita seperti memperlakukan diri sendiri”. Kita pasti ingin diperlakukan dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan cepat, maka aplikasikan keinginan tersebut ketika kita melayani orang lain.

B. *Kualitas Pelayanan*

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang manapun pelayanan menjadi sangat berarti dan perlu disadari oleh seorang manajer oleh karena itu dalam usaha bisnis di kenal suatu ungkapan yang terkenal yaitu pembeli adalah raja, yang artinya kita harus melakukan pelayanan sebaik mungkin seakan-akan kita melayani seorang raja. Dalam kamus ekonomi Winardi (1991: 93) menyatakan bahwa *pelayanan adalah* bentuk pemberian layanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pengguna barang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan. Hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan perusahaan dalam memasarkan produknya baik itu pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan keramahan wiraniaga, pelayanan satpam, pelayanan kasir, pelayanan pengaturan parkir, hingga pelayanan terhadap kondisi produk pasca pembelian.

Menurut Assauri (1999: 149) Definisi pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan

demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Apabila pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka produk/jasa yang ditawarkan akan dibeli. Sedangkan bila terjadi pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat dipastikan produk/jasa tersebut kurang diminati konsumen. Kualitas Pelayanan Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan. Baik sebagai pemimpin pasar atau sebagai strategi untuk terus berkembang.

Menurut Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2000: 81) bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pelanggan. Sedangkan menurut Hary (Tjiptono, 2000: 90) kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan. Menurut Lyhe (1996: 118) pelayanan bukan hanya mendengarkan dan menjawab keluhan konsumen, tapi lebih dari itu pelayanan yang berkualitas merupakan sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas dan memenuhi kepuasan konsumen terdiri dari tiga komponen dasar yang harus dipahami bagi setiap perusahaan yaitu:

1. Proses sebelum penjualan. Pada tahap ini perusahaan mempunyai kesempatan untuk membentuk hubungan dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menginformasikan produk pada konsumen dan menciptakan kepercayaan pada konsumen atas produk yang ditawarkan.
2. Proses selama transaksi. Pada fase ini perusahaan harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Agar konsumen tetap menjadi pelanggan setia. Komunikasi pada fase ini sangat penting. Sebab pada fase ini konsumen membutuhkan informasi lebih banyak lagi akan produk yang dibeli. Jika pihak perusahaan tidak memahami tentang produk yang ditawarkan bisa saja konsumen beralih pada perusahaan lain.
3. Proses sesudah penjualan. Pada fase ini perusahaan diharapkan mendengar atau menanggapi keluhan dari pihak konsumen atas produk yang telah dibeli.

Produk jasa atau pelayanan lebih kompleks dibandingkan dengan barang. Hal tersebut disebabkan karena dimensi kualitas pelayanan jasa lebih sulit diidentifikasi. Tetapi beberapa pakar pemasaran telah menemukan dimensi atau faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa. Melalui penelitian yang dilakukan "Parasuraman, Zeithaml, dan Bary (Tjiptono, 2000: 72) terdapat lima faktor utama

yang menentukan kualitas pelayanan jasa sekaligus sebagai ukuran di dalam melihat kualitas jasa yang dipersepsikan konsumen yaitu:

1. Wujud atau bukti langsung (tangibility), yaitu dimensi yang mengukur aspek fisik dari suatu layanan, antara lain kelengkapan fasilitas fisik, peralatan, dan tampilan para karyawan.
2. Keandalan (reliability), yaitu dimensi yang mengukur kehandalan suatu layanan, berupa seberapa besar keakuratan perusahaan dalam memberi layanan, pemenuhan janji karyawan.
3. Koresponsifan atau daya tanggap (responsiveness), yaitu dimensi yang mengukur kecepatan layanan kepada pelanggan.
4. Keyakinan atau jaminan (assurance), yaitu dimensi yang mengukur kemampuan perusahaan (khususnya para staf) untuk menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya.
5. Empati (empathy), yaitu dimensi yang mengukur kemampuan produsen (khususnya para staf) dalam mengetahui kebutuhan para pelanggan secara pribadi.

C. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah istilah yang menggambarkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi/menggunakan produk/jasa yang dikeluarkan oleh produsen. (Irawan, dan Handi. 2016) dalam bukunya Indonesia Customer Satisfaction Index, bahwa CS ditentukan oleh 5 hal, yakni : kualitas produk, jasa

pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya, kemudahan mendapatkannya. James G. Barnes dalam buku *Secret of Customer Relationship Management* menulis pula 5 pemicu kepuasan pelanggan: Produk atau jasa inti, Sistem dan Pelayanan pendukung, Performa teknis, Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, Elemen emosional (dimensi afektif pelayanan).

Menurut Buchory (2006:285) ada 4 metode yang akan digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran (*Complaint and sugestion system*)

Perusahan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh konsumen. Ada juga perusahaan yang memberikan amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hotlain, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2. Survei kepuasan pelanggan (*Customer satifaction survay*)

Dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar konsumen. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

3. Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli keperusahaan lain atau keperusahan sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan

keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan untuk pengambilan keputusan oleh manajemen.

Bukan orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga menjadi manajer sendiri harus turun kelapangan, misaal belanja ketoko saingan dimana ia tidak kenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi diperoleh langsung ia dialami sendiri.

4. Analisis pelanggan yang lari (*Lost customer analysis*)

Konsumen yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan alasan mengapa mereka berhenti, atau pindah keperusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak lagi ada konsumen yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

Kepuasan pelanggan adalah sesuatu hal yang menyebabkan seorang pelanggan kembali dan kembali lagi kepada perusahaan yang telah bertransaksi dengan mereka sebelumnya. Jadi Kepuasan masyarakat apabila pelayanannya sudah bagus. Maka, masyarakat akan menggunakan lagi suatu produk jasa. (Arti Kepuasan Pelanggan : 2007).

Berikut adalah uraian kepuasan pelanggan dalam perspektif islam. Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat

perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Imam Yusuf Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

Definisi Banyak ahli yang mendefinisikan "jasa" diantaranya adalah: (Jasa, Wikipedia : 2006)

1. Phillip Kotler: jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.
2. Adrian Payne: jasa adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

3. Christian Gronross: jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan". Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan ada situasi di mana pelanggan sebagai individu tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.

Karakteristik jasa Seringkali dikatakan bahwa jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa dan pembeda dari barang pada umumnya adalah :

1. Tidak berwujud

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, berarti jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dicicipi atau disentuh seperti yang dapat dirasakan dari suatu barang.

2. Heterogenitas

Jasa merupakan variabel non – standar dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, maka tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dikerjakan oleh satu orang. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

3. Tidak dapat dipisahkan

Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam proses produksi tersebut.

4. Tidak tahan lama

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa di mana ia membeli jasa.

D. Kualitas Pelayanan berbasis Masalah

Untuk memahami pengertian kualitas pelayanan menurut perspektif *Maslahah*, yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan.

Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai cara yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji dalam suatu penelitian tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

1. Reliability (keandalan) menurut Parasuraman *et.al.*, (2005) adalah Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman (QS. Al- Ahzab: 21):

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Terjemahan:

"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah". (Kementerian Agama RI, 2008: 420)

Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

2. Tangibles (bukti fisik) menurut Parasuraman *et.al.* (2005) adalah Tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT Firmankan dalam Q.S AI-A'raf : 26,

يَبْنِيْٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَیْكُمْ لِبَاسًا یُّوْرِیْ سُوْءَ تَکُمۡ وَرِیْشًا ط وَلِبَاسُ التَّقْوٰی
ذٰلِکَ خَیْرٌ ذٰلِکَ مِنْ ءَایٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ یَذَّکَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Terjemahan:

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat. (Kementerian Agama RI, 2008: 153)

Ayat Ini menjelaskan bahwa Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: gedung, mobil, bus, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

3. Responsiveness (daya tanggap) menurut Parasuraman *et.al.* (2005) adalah Keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa tepat waktu.

Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah Swt telah berfirman: (QS.AI-Maidah: 1).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Terjemahan:

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya" (Kementerian Agama RI, 2008: 106)

Demikian juga Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah SWT berfirman yang artinya : "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain", (QS. Al-Insyirah: 7).

4. Assurance (jaminan) menurut Parasuraman *et.al.* (2005) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan

etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Asy-Syu'araa':181-182,

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾

Terjemahan :

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar. " (Kementerian Agama RI, 2008: 374)

Ayat ini menjelaskan bahwa etika berdagang harus sesuai takaran dan jangan merugikan orang lain sama dengan memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah.

5. Emphaty (perhatian) menurut Parasuraman *et.al.* (2005) adalah Peduli, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek

keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman (QS. An-Nahl : 90).

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَنِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahan :

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (Kementerian Agama RI, 2008: 374)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh kita untuk berperilaku adil dan berbuat kebajikan dan melarang kita untuk berbuat keji, kemungkaran dan permusuhan. Dengan Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

E. Kerangka Pikir

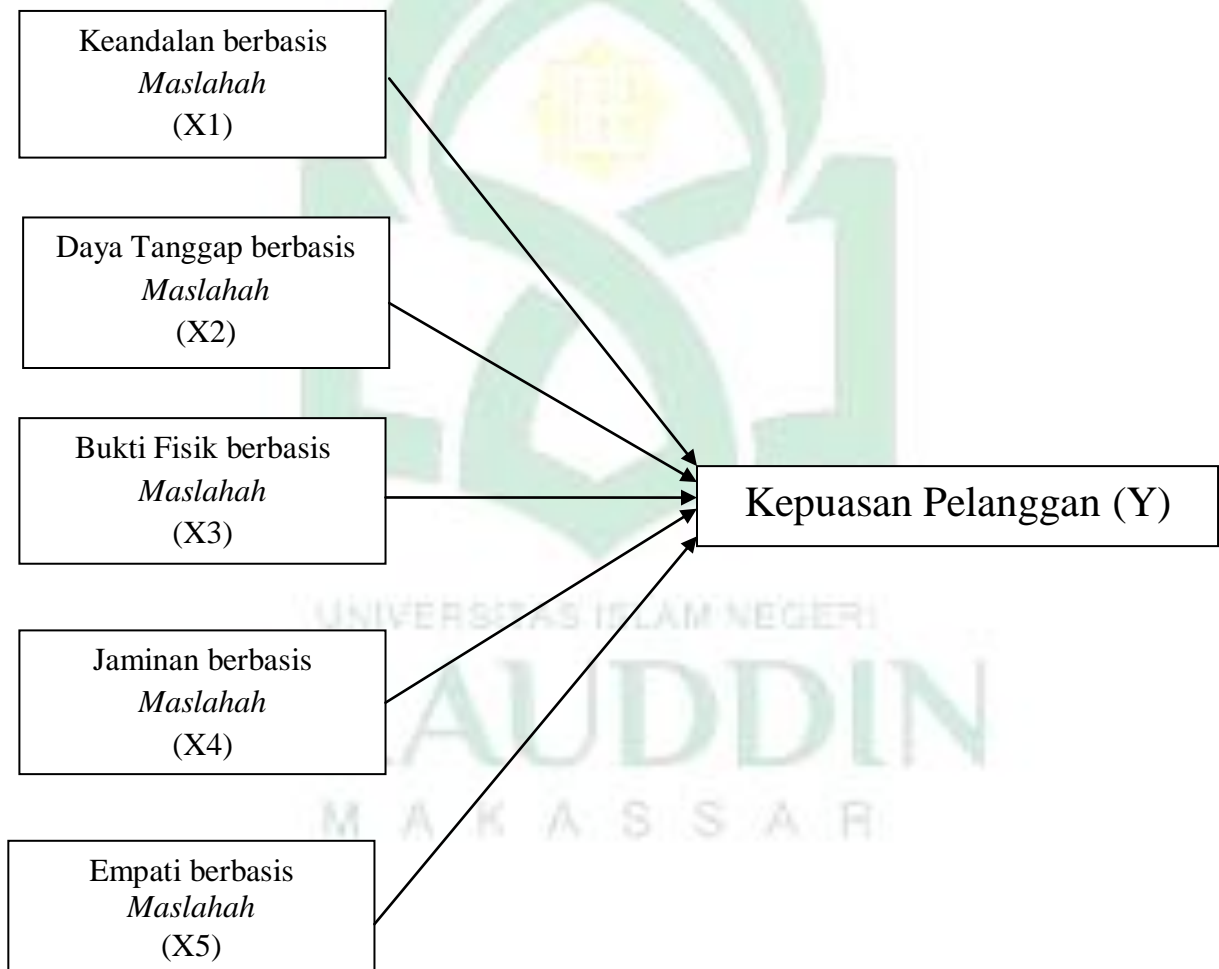
Berdasarkan pemaparan teori di atas, maka kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut : Dalam kerangka pikir perlu dijelaskan secara teoritis antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka, kerangka pikir peneliti dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh kualitas Pelayanan berbasis *Maslahah* sebagai variabel bebas, dengan terbagi lima dimensi yaitu Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Bukti Fisik (*Tangibles*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*)

Pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Arief Zuriantoro (2011) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada BRT di Semarang. Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen dan Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dan menggunakan analisis regresi linier sederhana maka hasil penelitian ini adalah ada pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada bus rapit transit di semarang.

Namun saat ini, peneliti akan menguji Kualitas Pelayanan (X) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Y).

Kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dibawah ini menjelaskan bahwa ada hubungan antara variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Bukti Fisik (*Tangibles*) (X_3), Jaminan (*Assurance*) (X_4),

Empati (*Emphaty*) (X_5), terhadap Kepuasan Pelanggan. Apabila terjadi perubahan diantara kelima variabel tersebut maka akan mempengaruhi kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat disajikan dalam gambar 2.1 berikut :



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan (Indriantoro dan Supomo 1999:3). Tujuan utama dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah yang diterapkan sebelumnya. Dalam menetapkan masalah harus dilakukan secara objektif, rasional.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011:38). Penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka-angka. (Martono, 2014:20). Penelitian Kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka (Suryani dan Hendrayani, 2015:109).

Jenis pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini adalah pendekatan korelasional/asosiatif. Penelitian korelasional adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen (Suryani dan Hendrayani, 2015:119). Dalam penelitian korelasional dapat menunjukkan koefisien korelasi yang positif yang menunjukkan hubungan yang berbanding lurus atau kesejajaran dan bisa koefisien korelasi negatif

menunjukkan hubungan yang berbanding terbalik atau tidak sejajaran (Noor, 2011:40).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di kota Makassar. Yaitu di Perum. Damri Makassar, yang mempunyai transportasi umum yaitu BRT (*Bus Rapid Transit*) Trans Mamminasata yang sudah bereoperasi selama dua tahun dan peneliti ingin mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap beberapa pertanyaan berkaitan dengan bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty) terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan BRT Trans Mamminasata.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan unit analisa atau obyek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Populasi dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. (Martono, 2014:76) Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna jasa transportasi BRT Trans Mamminasata.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data. Penentuan sampel penelitian ini bersifat tidak acak (non-probability sampling) dimana anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yaitu dengan accidental

sampling. Accidental sampling adalah pemilihan dimana individu yang dipilih adalah individu yang kebetulan dijumpai di lokasi penelitian. (Martono, 2014:80)

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung, melalui dokumen-dokumen yang mencatat keadaan konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) di dalam unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Responden yang diambil adalah pelanggan BRT Trans Mamminasata. Kuesioner dalam penelitian ini menanyakan tingkat persetujuan responden terhadap beberapa pertanyaan berkaitan dengan bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty) terhadap kepuasan pelanggan BRT Trans Mamminasata.

Adapun prosedur dalam metode pengumpulan data ini yaitu, membagikan kusioner tersebut, lalu responden diminta untuk mengisi kusioner pada lembar jawaban yang telah disediakan, kemudian lembar kusioner dikumpulkan, diseleksi, diolah dan dianalisis. Kusioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dengan alternative jawaban responden telah disediakan oleh peneliti, yang berdasarkan skala likert 5 titik (versi modifikasi) dengan menghilangkan pilihan jawaban netral (Suryani dan Hendrayadi, 2015:132).

- a. Sangat Setuju : skor/bobot 5
- b. Setuju : skor/bobot 4
- c. Netral : skor/bobot 3
- d. Tidak Setuju : skor/bobot 2
- e. Sangat tidak setuju : skor/bobot 1

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai dokumen pemerintah, hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, hasil karya seseorang, dan sebagainya.

3. Observasi

Observasi (Umar, 2001:51.) merupakan proses pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di objek penelitian. (Martono, 2014:87) Observasi juga dapat diartikan sebuah proses pengamatan menggunakan panca indra. Hal ini dilakukan guna mendukung hasil kusioner dan wawancara. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari diri si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung

terhadap objek penelitiannya. Merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Pengujian Validitas

Uji Validitas Item atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Untuk proses ini, akan digunakan Uji Korelasi Pearson Product Moment. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut. (setabasri:2012)

Agar penelitian ini lebih teliti, sebuah item sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $\geq 0,25$. Item yang punya r hitung $< 0,25$ akan disingkirkan akibat mereka tidak melakukan pengukuran secara sama dengan yang dimaksud oleh skor total skala dan lebih jauh lagi, tidak memiliki kontribusi dengan pengukuran seseorang jika bukan malah mengacaukan.

b. Uji Reliabilitas

Relialibitas (Siregar, 2012:55) adalah untuk mengetahui sejauhmana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat yang sama pula. Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kusioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *reabilitas*

adalah uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Variabel dikatakan *realibel* jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,7$ dalam penelitian (Ghanimata, 2013:50).

Realibilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedangkan yang kedua lebih memperhatikan masalah ketetapan. Dengan demikian, reliabilitas mencakup dua hal utama, yaitu: stabilitas dan konsistensi internal ukuran (Sekaran, 2000: 205)

2. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini melibatkan banyak variable (lebih dari dua) maka analisis ini menggunakan analisis multivariante (Supranto 2009: 20)

a. Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan regresi, terdapat beberapa asumsi dasar yang dapat menghasilkan estimator linear yang terbaik dari model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasanya dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi yang paling lazim pada statistik parametrik adalah sampel acak yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal, data bersifat homogen dan bersifat linier, (Sekaran 2000: 289). Adapun masing-masing dasar itu dikenal sebagai asumsi klasik sebagai berikut,

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas perlu dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (MULTIKO). Untuk mengetahui

multikolinieritas antar variabel bebas tersebut, dapat dilihat melalui VIF (*variance inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 5 berarti mengindikasikan bahwa dalam model tidak terdapat multikolinieritas.

Besaran VIF (*variance inflation Factor*) dan *tolerance*, pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah :

1. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1
2. Mempunyai angka *tolerance* disekitar angka 1.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *heteroskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006) dalam penelitian (Ghanimata, 2013:11).

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai *residual* mengikuti distribusi

normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi titik valid untuk jadi sampel kecil. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. (Ghozali, 2006: 107).

4) Uji Autokolorasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya. Menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Biasanya hal ini terjadi pada regresi yang datanya ada *time series* atau berdasarkan waktu berkala. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan metode *Durbin Watson test*. Metode *Durbin Watson test* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Dasar pengambilan keputusan: jika $d < d_u$ atau $(4-d) < d_u$, H_0 ditolak pada tingkat 2α sehingga secara statistik terlihat bahwa adanya autokorelasi baik positif maupun negatif secara signifikan (Ghozali, 2006: 107).

3. Analisa Uji Regresi

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan seberapa besar peranan variabel independen terhadap variabel dependen, (Irianto, 2004:206) Dalam regresi linear

ganda koefisien korelasi merupakan sumbangan/kontribusi variabel bebas terhadap variabel Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 semakin mendekati 1 persamaan garis regresi adalah semakin baik. Dan dikatakan tidak baik jika semakin mendekati nilai 0. (Usman dan Nurdin, 2013:72).

Pengujian hipotesis ini didasarkan atas pengelolaan data penelitian dengan menggunakan analisis pada program SPSS. Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji F dan uji t. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) = 95% ($\alpha=5\%$)

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka secara bersama-sama variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (tidak signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dimana tingkat signifikasi yang digunakan yaitu 5%. Untuk mengetahui apakah semua variabel penjelas yang digunakan dalam model regresi secara serentak atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel yang dijelaskan, digunakan uji statistik F, hipotesis yang digunakan adalah

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

Semua variabel *independent* tidak dipengaruhi variabel *dependen* secara bersama-sama.

$$H_1 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 \neq 0$$

Semua variabel independent dipengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

Pada tingkat signifikan 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau jika propabilitas $F_{hitung} >$ tingkat signifikan 0,05 maka H_0 diterima, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.
2. H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau jika propabilitas $F_{hitung} <$ tingkat signifikan 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

c. Uji Signifikan (uji T)

Regresi Linear Berganda merupakan regresi linear untuk pengujian lebih dari dua variabel bebas (independen). Menurut (Siregar, 2013:301) Analisis regresi adalah pengembangan dari regresi sederhana untuk memprediksi permintaan yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) Pada penelitian digunakan untuk menganalisis apakah ada pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat) dalam penelitian, yang dinyatakan dengan persamaan :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e.$$

keterangan :

Y = keputusan pelanggan

b_0 = konstanta

b_1 - b_5 = koefisien regresi variabel independent

X_1 = Bukti fisik (tangibles)

X_2 = Keandalan (reliability)

X_3 = Daya Tanggap (reponsiveness)

X_4 = Jaminan (assurance)

X_5 = Empati (emphaty)

e = error 3.

Uji t (Persial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi- variabel terikatb (Ghozali, 2016: 97). Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Nilai t tabel yang diperoleh dibandingkan dengan nilai t hitung, bila t hitung $<$ dari t table, maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Begitu pun sebaliknya jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 diterima, dengan kesimpulan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

1. Sejarah Singkat Perum. Damri Makassar

Perum DAMRI merupakan perpanjangan sejarah warisan dari perusahaan angkutan semasa pendudukan Jepang di Indonesia pada kurun tahun sekitar 1943, yaitu dari semulanya bernama Jawa Unyu Zigyosha-sebuah perusahaan angkutan barang dengan truk dan cikar dipulau jawa serta Zidosha Sokyoku adalah sebuah perusahaan angkutan penumpang bus.

Pada saat kemerdekaan Republik Indonesia diproklamasikan pada 17 Agustus 1945 kedua perusahaan angkutan tersebut direbut paksa oleh para pejuang Indonesia dan diserahkan kepada Pemerintah Republik Indonesia yang kemudian mengelolanya dibawah fungsi Departemen Perhubungan. Oleh pemerintah Republik Indonesia, kedua perusahaan angkutan warisan jepang tersebut diubah namanya menjadi "Djawatan Pengangkutan Untuk Angkutan Barang" dan "Djawatan Angkutan Darat Untuk Angkutan Penumpang". Pada tanggal 25 November 1946, berdasarkan maklumat Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 01/DM/46, kedua perusahaan tersebut disatukan dan diberi nama "Djawatan Angkoetan Motor Republik Indonesia" atau disingkat DAMRI.

Berdasarkan maklumat tersebut maka fungsi utama DAMRI adalah menyelenggarakan angkutan darat bagi kepentingan masyarakat dengan

menggunakan truk, bus serta jenis angkutan motor lainnya. Berdasarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 1984, sebagaimana telah diubah berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor :31 Tahun 2002 status DAMRI diubah menjadi Perusahaan Umum DAMRI dengan lapangan usaha berupa angkutan bus kota, angkutan perintis, angkutan antar wilayah, angkutan wisata serta jenis angkutan lainnya yang dimungkinkan oleh peraturan perundangan yang berlaku.



Gambar 4.1 Logo

Damri Logo DAMRI resmi ditetapkan pada tahun 1963. Sebelumnya selama awal berdirinya Djawatan Angkutan Motor RI sampai perubahan status menjadi perusahaan negara tidak menggunakan Logo. Pada akhirnya terciptalah logo yang dimaksudkan, dengan argumentasi bahwa bus yang digunakan sarana angkutan diatas

jalan raya mengangkut penumpang mempunyai dua roda depan 50 yang dapat di arahkan sesuai dengan arah yang dituju, mempunyai alat kemudi dan mesin bersinergi mengatur jalannya bus yang didalam hal ini dimaksudkan adalah bus DAMRI sebagai perusahaan. Selanjutnya kalau suku kata D, A, M, R dan I. Mesin digambarkan sebagai sayap kanan dan kiri yang masing-masing berlapis dua dan tiap-tiap lapis mempunyai 4 dan 6 lembar bulu, yang berfungsi sebagai penggerak bus DAMRI untuk mencapai tujuan, yakni sejahtera adil dan makmur. Sejahtera adil dan makmur digambarkan dengan kapas yang berbunga sebanyak 8 bunga dan pada tangkai padi mempunyai 17 biji padi. Satu tangkai bunga kapas dan satu tangkai padi membentuk dengan angka 11. Satu tangkai kapas dan satu tangkai padi digambarkan sebagai angka 8 dan 17, menunjukan arti tanggal 17 agustus dimana pada tahun 1945 terjadi proklamasi kemerdekaan indonesia dan setahun kemudian tanggal 25 Nopember 1946 DAMRI lahir, masih dalam suasana perang phisik kemerdekaan.

Filosofi DAMRI

D = Damai dan sejahtera merupakan dasar pelayanan perusahaan

A = Aman, Nyaman dan selamat mengantar pelanggan sampai tujuan

M = Maju berkembang bersama pelanggan

R = Rasa memiliki menjadi motifasi bagi karyawan

I = Iman dan Taqwa kepada Tuhan yang Maha Esa selalu di amalkan

Untuk mencapai tujuan Perusahaan, setiap insan DAMRI memiliki sikap bekerja keras, jujur (terbuka) dan pantang menyerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan mempertahankan kemandirian perusahaan dengan menciptakan suasana damai melalui kerjasama, sama-sama bekerja dalam suasana kebersamaan, serta dapat memberikan rasa aman dengan 53 menjaga lingkungan kerja yang menyenangkan dan perilaku ramah dilandasi kekuatan iman dan taqwa.

Budaya Perusahaan Budaya kerja di Perusahaan yang memberikan semangat berkarya seluruh karyawan DAMRI untuk bekerja sama, sama sama bekerja, dalam suasana kebersamaan adalah : D = Damai. A = Aman. M = Menyenangkan R = Ramah, dilandasi dengan I = keImanan.

Visi dan Misi Perum. Damri Makassar

Visi Perusahaan

Menjadi penyedia jasa angkutan jalan yang aman, terjangkau, berkinerja unggul andalan masyarakat Indonesia dan regional Asean.

Misi Perusahaan

- a. Menyajikan layanan angkutan jalan berkelas dunia (World Class Land Transportation Provider) yang aman (Safe) berkualitas prima (High Quality Service) dan terjangkau (Affordable) yang dapat memuaskan pengguna jasa (Customer Satisfaction) di Indonesia dan regional Asean.

- b. Menjalankan prinsip pengelolaan perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) dalam rangka memenuhi harapan stake holder.
- c. Mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi sosial budaya nasional serta regional Asean sekaligus menjaga keutuhan wilayah negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Sejarah singkat *Bus Rapit Transit* Trans Mamminasata Makassar

BRT Trans Mamminasata adalah layanan angkutan massal bus rapid transit (BRT) di Kota Makassar yang mulai beroperasi pada Maret 2014. Koridor pertama yang dibuka adalah rute Mal GTC – Mal Panakkukang. Pengoperasian bus ini sudah direncanakan sejak tahun 2007, namun terus tertunda oleh berbagai faktor. Pada tahun 2011, Kementerian Perhubungan menunjuk tiga kota, yakni Padang, Surabaya, dan Makassar, untuk penerapan BRT pada tahun itu, namun hal tersebut kembali gagal terealisasi hingga 2012 dan 2013.

Bus Trans Mamminasata itu memiliki kapasitas penumpang sebanyak 40 orang, dengan rincian 20 orang duduk dan 20 orang berdiri dengan pegangan tangan, serta dilengkapi fasilitas tempat duduk prioritas untuk para penumpang lanjut usia, ibu hamil, dan penumpang dengan anak serta penumpang berkebutuhan khusus. Bus ini beroperasi setiap hari mulai dari pukul 08.00 WITA hingga 19.00 WITA. Karcis dapat dibeli di halte dengan tarif sebesar Rp. 4.500 untuk umum untuk satu kali perjalanan (flat) jauh atau dekat.

Dari sebelas koridor yang telah dirancang untuk BRT Trans Mamminasata, baru tiga di antaranya yang beroperasi (Koridor 2, 3,8 dan Koridor Unhas)

a. Koridor 2

Mal GTC-Trans Studio-Jl Metro Tanjung Bunga-Jl Penghibur-Jl Pasar Ikan-Jl Ujung Pandang-Jl Ahmad Yani-Jl Bulusaraung-Jl Masjid Raya-Jl Urip Sumoharjo-Jl AP Pettarani-Jl Boulevard-Mal Panakukkang (pergi).
Mal Panakukkang-Jl Boulevard-Jl AP Pettarani-Jl Urip Sumoharjo-Jl Bawakaraeng-Jl Jenderal Sudirman-Jl. Sam Ratulangi-Jl Kakatua-Jl Gagak-Jl Nuri-Jl Rajawali-Jl Metro Tanjung Bunga-Trans Studio-Mal GTC (pulang)

b. Koridor 3

Terminal Daya-Jl. Perintis Kemerdekaan-Jl. Urip Sumoharjo-Jl. AP Pettarani-Jl. Sultan Alaudin-Jl. Gowa Raya-Terminal Pallangga (Pulang Pergi)

c. Koridor 8

Terminal Takalar-Galesong Selatan-Galesong Utara-Barombong-Mal GTC (Pulang Pergi).

d. Koridor Unhas

Kampus Unhas Tamalenrea – Kampus Unhas Fakultas Teknik Gowa (pulang - pergi)

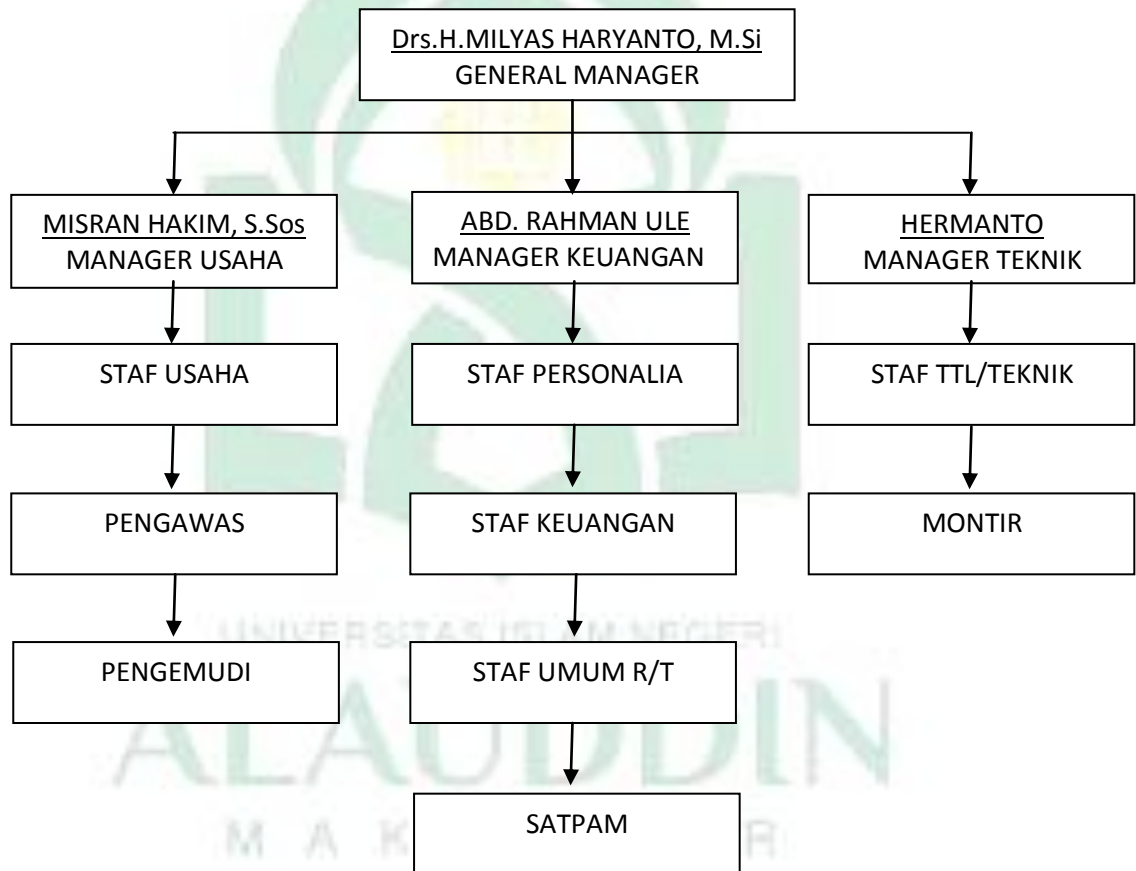
3. Letak dan Lokasi Penelitian

Letak Perum Damri Makassar beralamat Jalan Perintis Kemerdekaan, Biring Kanaya, Daya, Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90241 dan Lokasi Penelitian yaitu di BRT Trans Mamminasata.

4. Struktur Organisasi Perusahaan



STRUKTUR ORGANISASI PERUM DAMRI CABANG MAKASSAR



Tugas Masing-Masing Bagian :

- a. General Manager : Pimpinan Perusahaan

- b. Manager Usaha : Sebagai Penanggung Jawab Dibidang Operasional
 - Staf Usaha : Mengerjakan Administrasi Operasi
 - Pengawas : Mengawasi Angkutan
 - Pengemudi : Mengemudikan Bus Di Jalur
- c. Manager Keuangan : Sebagai Penanggung Jawab Dibidang Tata Usaha
 - Staf Personalia : Mengerjakan Hal-Hal Mengenai Pengangkatan Pegawai
 - Staf Keuangan : Mengerjakan Administrasi Keuangan
 - Staf Umum R/T : Pengadaan Alat Tulis Kantor (Atk)
 - Satpam : Menjaga Keamanan Dan Ketertiban Di Perusahaan
- d. Manager Teknik : Sebagai Penanggung Jawab Dibidang Teknik
 - Staf Ttl/Teknik : Mengerjakan Administrasi Teknik
 - Montir : Mengerjakan Segala Kerusakan Pada Bus

Nama Perusahaan : Perum Damri Kantor Cabang Makassar

Jenis Perusahaan : Perusahaan Umum (Perum)

Kepemilikan : Pemerintah

Lokasi : Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 14 No. 37 Daya

Jumlah Produksi/Kapasitas : 76 Unit

Jumlah Tenaga Kerja : 139 Orang

Waktu Kerja : 8 Jam

B. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Perusahaan Umum Damri Makassar beralamat Jalan Perintis Kemerdekaan, Biring Kanaya, Daya, Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90241 dan Lokasi Penelitian yaitu di BRT Trans Mamminasata dengan jalur Koridor 2 yaitu dari Mall Panakkukang – Mall Trans Studio Makassar, Koridor 3 yaitu dari Mall Panakkukang – Daya – Terminal Sungguminasa, dan Koridor Unhas yaitu dari kampus Unhas Tamalenrea – Unhas Teknik Gowa.

Pengumpulan data dikumpulkan selama kurang lebih satu bulan mulai pada tanggal 7 Maret 2017 sampai selesai. Kuesioner yang disebar ke pengunjung BRT Trans Mamminasata yang menjadi objek penelitian berjumlah 130 Responden. Secara lengkap data disajikan dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Analisis Tingkat Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang didistribusikan	130	100%
Kuesioner yang gugur (jawaban yang tidak lengkap)	35	26.9%
Kuesioner yang dapat diolah	95	73.1%

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel diatas, kuesioner yang dibagikan kepada responden berjumlah 130 atau 100% kuesioner, sedangkan kuesioner yang tidak lengkap karena masih banyak pernyataan yang belum diisi oleh responden berjumlah 35 atau 26.9% dari kuesioner yang dibagikan, sehingga kuesioner yang menjadi sampel berjumlah 95 atau 73.1% dari kuesioner yang dibagikan.

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dalam menentukan karakteristik responden, pelanggan pernah menggunakan BRT Trans Mamminasata dan pernah menggunakan BRT Trans Mamminasata minimal 3 kali dalam sebulan agar responden bisa menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRT Trans Mamminasata. Jumlah responden yang menjadi objek penelitian adalah sebanyak 95 orang.

Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang ditetapkan. Salah satu tujuan dengan karakteristik responden adalah memberikan gambaran obyek yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan menurut alasan menggunakan BRT Trans Mamminasat, jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden seperti yang dijelaskan berikut ini.

- a. Berdasarkan alasan menggunakan BRT Trans Mamminasata

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan alasan menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Alasan	Frekuensi	Persentase (%)
Menghindari Macat	69	72.6%
Sekedar Refresing	26	27.4%
Total	95	100%

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan alasan menggunakan BRT Trans Mamminasata dengan menghindari macet sebanyak 69 orang atau 72.6%, alasan menggunakan BRT Trans Mamminasata dengan alasan sekedar refresing sebanyak 26 orang atau 27.4%. Dengan demikian alasan terbanyak menggunakan BRT Trans Mamminasata yaitu menghindari Macet.

- b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Penyajian data responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase %
Laki-laki	21	22.1%
Perempuan	74	77.9%
Total	95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 95 orang responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 74 orang atau 77.9% dan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 21 orang atau 22.1%. Responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki yang naik angkutan umum BRT Trans Mamminasata di Makassar.

c. Berdasarkan Umur

Karakteristik Umur secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja umur seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Penyajian data responden untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Umur Responden

Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentase %
05-17	18	18.9%
18-22	31	32.7%
23-35	22	23.2%
36-45	12	12.6%
46-60	12	12.6%
Total	95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan umur dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berusia sekitar 18-22 tahun, yaitu terdiri dari 31 orang atau 32.7%, kemudian umur 23-35 tahun terdiri dari 22 orang atau 23.2%, kemudian umur 05-17 terdiri dari 18 orang atau 18.9% dan yang paling sedikit berusia sekitar 36-45 tahun sama dengan umur 46-60, yaitu terdiri dari 12 orang atau 12.6%. Dari hasil perolehan data tersebut membuktikan bahwa responden dengan usia 18-22 tahun lebih banyak sehingga kita bisa menarik kesimpulan bahwa umur remaja lebih sering menggunakan angkutan BRT Trans Mamminasata.

d. Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase %
Siswa / Mahasiswa	46	48.5%
PNS / TNI / PORLI	10	10.5%
Pegawai Swasta	9	9.5%
Wiraswasta / Wirausaha	14	14.7%
Lain – Lain	16	16.8%
Total	95	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak pekerjaan sebagai siswa / mahasiswa, yaitu terdiri dari 46 orang atau 48.5%, kemudian pekerjaan lain-lain terdiri dari 16 orang atau 16.8%, kemudian pekerjaan Wiraswasta / Wirausaha terdiri dari 14 orang atau 14.7%, kemudian pekerjaan PNS / TNI / Porli yang terdiri dari 10 orang 10.5% dan yang paling sedikit pekerjaan Pegawai Swasta, yaitu terdiri dari 9 orang atau 9.5%. Dari hasil perolehan data tersebut membuktikan bahwa responden dengan pekerjaan siswa/mahasiswa lebih banyak sehingga kita bisa menarik kesimpulan bahwa pekerjaan siswa/ mahasiswa lebih sering menggunakan angkutan BRT Trans Mamminasata.

C. Hasil Penelitian

Deskriptif Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 95 responden melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan kecendrungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel Keandalan berbasis *Maslahah*

Analisis deskriptif terhadap variabel keandalan berbasis *Maslahah* terdiri dari 6 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Variabel Keandalan berbasis Maslahah

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
X1_1	F	0	7	35	35	18	95
	%	0	7.4	36.8	36.8	18.9	100
X1_2	F	2	1	8	49	35	95
	%	2.1	1.1	8.4	51.6	36.8	100
X1_3	F	2	1	8	54	30	95
	%	2.1	1.1	8.4	56.8	31.6	100
X1_4	F	1	8	13	46	27	95
	%	1.1	8.4	13.7	48.4	28.4	100
X1_5	F	2	8	26	46	13	95
	%	2.1	8.4	27.4	48.4	13.7	100
X1_6	F	0	2	15	50	28	95
	%	0	2.1	15.8	52.6	29.5	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada

keandalan berbasis *Maslahah* (X1) rata-rata memilih setuju. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan X1_3 dengan persentase 56.8% mengatakan setuju sedangkan skor terendah dari pernyataan X1_1 dan X1_6 dengan persentase 0% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan keandalan berbasis *Maslahah* (X1) rata-rata responden memilih setuju.

b. Deskripsi Variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah*

Analisis deskriptif terhadap variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah* terdiri dari 6 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.7
Variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah*

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
X2_1	F	1	5	43	39	7	95
	%	1.1	5.3	45.3	41.1	7.4	100
X2_2	F	1	5	22	52	15	95
	%	1.1	5.3	23.2	54.7	15.8	100
X2_3	F	0	9	31	41	14	95
	%	0	9.5	32.6	43.2	14.7	100
X2_4	F	0	2	18	49	26	95
	%	0	2.1	18.9	51.6	27.4	100
X2_5	F	1	14	32	33	15	95
	%	1.1	14.7	33.7	34.7	15.8	100
X2_6	F	5	12	26	43	9	95
	%	5.3	12.6	27.4	45.3	9.5	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada daya

tanggap berbasis *Maslahah* (X2) rata-rata memilih setuju. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan X1_2 dengan persentase 54.7% mengatakan setuju sedangkan skor terendah dari pernyataan X1_3 dan X1_4 dengan persentase 0% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan Daya Tanggap berbasis *Maslahah* (X2) rata-rata responden memilih setuju.

c. Deskripsi Variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah*

Analisis deskriptif terhadap variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah* terdiri dari 6 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8
Variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah*

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
X3_1	F	2	3	24	46	20	95
	%	2.1	3.2	25.3	48.4	21.1	100
X3_2	F	3	5	43	31	13	95
	%	3.2	5.3	45.3	32.6	13.7	100
X3_3	F	4	15	30	35	11	95
	%	4.2	15.8	31.6	36.8	11.6	100
X3_4	F	1	7	38	36	13	95
	%	1.1	7.4	40.0	37.9	13.7	100
X3_5	F	1	1	52	22	19	95
	%	1.1	1.1	54.7	23.2	20.0	100
X3_6	F	1	4	13	43	34	95
	%	1.1	4.2	13.7	45.3	35.8	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada bukti fisik berbasis *Maslahah* (X3) rata-rata memilih Netral. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan X3_5 dengan persentase 54.7% mengatakan netral sedangkan skor terendah dari pernyataan X3_4 dan X3_6 dengan persentase 1.1% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan Bukti Fisik berbasis *Maslahah* (X3) rata-rata responden memilih netral.

d. Deskripsi Variabel Jaminan berbasis *Maslahah*

Analisis deskriptif terhadap variabel Jaminan berbasis *Maslahah* terdiri dari 6 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Variabel Jaminan berbasis *Maslahah*

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
X4_1	F	3	20	33	28	11	95
	%	3.2	21.1	34.7	29.5	11.6	100
X4_2	F	3	5	27	39	21	95
	%	3.2	5.3	28.4	41.1	22.1	100
X4_3	F	3	19	38	24	11	95
	%	3.2	20.0	40.0	25.3	11.6	100
X4_4	F	1	3	22	50	19	95
	%	1.1	3.2	23.2	52.6	20.0	100
X4_5	F	1	2	25	52	15	95
	%	1.1	2.1	26.3	54.7	15.8	100
X4_6	F	2	2	23	54	14	95
	%	2.1	2.1	24.2	56.8	14.7	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada jaminan berbasis *Maslahah* (X4) rata-rata memilih Setuju. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan X4_6 dengan persentase 56.8% mengatakan setuju sedangkan skor terendah dari pernyataan X4_4 dan X4_5 dengan persentase 1.1% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan Jaminan berbasis *Maslahah* (X4) rata-rata responden memilih Setuju.

e. Deskripsi Variabel Empati berbasis *Maslahah*

Analisis deskriptif terhadap variabel Empati berbasis *Maslahah* terdiri dari 6 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.10
Variabel Empati berbasis *Maslahah*

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
X5_1	F	4	2	29	51	9	95
	%	4.2	2.1	30.5	53.7	9.5	100
X5_2	F	4	6	38	39	8	95
	%	4.2	6.3	40.0	41.1	8.4	100
X5_3	F	2	0	15	62	16	95
	%	2.1	0.0	15.8	65.3	16.8	100
X5_4	F	1	1	21	55	17	95
	%	1.1	1.1	22.1	57.9	17.9	100
X5_5	F	2	4	22	54	13	95
	%	2.1	4.2	23.2	56.8	13.7	100
X5_6	F	2	2	18	54	19	95
	%	2.1	2.1	18.9	56.8	20.0	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada empati berbasis *Maslahah* (X5) rata-rata memilih Setuju. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan X5_3 dengan persentase 65.3% mengatakan setuju sedangkan skor terendah dari pernyataan X5_4 dengan persentase 1.1% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan Jaminan berbasis *Maslahah* (X4) rata-rata responden memilih Setuju.

f. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Analisis deskriptif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 10 item pernyataan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya. Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa dari 95 orang responden yang diteliti, secara umum responden terhadap item-item pernyataan pada Kepuasan Pelanggan (Y) rata-rata memilih Sangat Setuju. Itu dilihat dari skor tertinggi dari pernyataan Y_7 dengan persentase 63.2% mengatakan setuju sedangkan skor terendah dari pernyataan Y_1, Y_4, Y_7 dengan persentase 0% mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti dari keseluruhan pernyataan Jaminan berbasis *Maslahah* (Y) rata-rata responden memilih Sangat Setuju.

Tabel 4.11
Variabel Kepuasan Pelanggan

Jawaban Responden		STS	TS	N	S	SS	Total
Bobot		1	2	3	4	5	
Y_1	F	0	2	31	52	10	95
	%	0	2.1	32.6	54.7	10.5	100
Y_2	F	2	4	15	42	32	95
	%	2.1	4.2	15.8	44.2	33.7	100
Y_3	F	1	3	16	54	21	95
	%	1.1	3.2	16.8	56.8	22.1	100
Y_4	F	0	12	40	32	11	95
	%	0	12.6	42.1	33.7	11.6	100
Y_5	F	2	12	25	46	10	95
	%	2.1	12.6	26.3	48.4	10.5	100
Y_6	F	1	3	39	43	9	95
	%	1.1	3.2	41.1	45.3	9.5	100
Y_7	F	0	3	17	15	60	95
	%	0	3.2	17.9	15.8	63.2	100
Y_8	F	3	1	15	51	25	95
	%	3.2	1.1	15.8	53.7	26.3	100
Y_9	F	1	3	14	53	24	95
	%	1.1	3.2	14.7	55.8	25.3	100
Y_10	F	1	3	26	43	22	95
	%	1.1	3.2	27.4	45.3	23.2	100

Sumber: data primer yang diolah, 2017

D. Analisis Data

1. Hasil Uji Kualitas Data

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu pernyataan pada kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Jika r hitung lebih besar dari r

tabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikansi 0.05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016: 52) terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap pernyataan menunjukkan hasil yang signifikan, dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung $>$ r tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 93$ ($n = 95 - 2$) diperoleh r tabel = 0,202 maka dapat diketahui r hitung tiap-tiap item $>$ 0,202 Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Keandalan berbasis *Maslahah*

No	Variabel/Indikator Keandalan berbasis <i>Maslahah</i> (X1)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X1_1	0.605	0.202	Valid
2	X1_2	0.736	0.202	Valid
3	X1_3	0.751	0.202	Valid
4	X1_4	0.763	0.202	Valid
5	X1_5	0.700	0.202	Valid
6	X1_6	0.538	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.12 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing pernyataan variabel X₁ menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel keandalan berbasis *Maslahah* penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah*

No	Variabel/Indikator Daya Tanggap berbasis <i>Maslahah</i> (X2)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X2_1	0.539	0.202	Valid
2	X2_2	0.630	0.202	Valid
3	X2_3	0.632	0.202	Valid
4	X2_4	0.671	0.202	Valid
5	X2_5	0.575	0.202	Valid
6	X2_6	0.631	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.13 terlihat bahwa kolerasi antara masing-masing pernyataan variabel X₂ menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung > r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel daya tanggap berbasis *Maslahah* penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah*

No	Variabel/Indikator Bukti Fisik berbasis <i>Maslahah</i> (X3)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X3_1	0.708	0.202	Valid
2	X3_2	0.611	0.202	Valid
3	X3_3	0.490	0.202	Valid
4	X3_4	0.679	0.202	Valid
5	X3_5	0.711	0.202	Valid
6	X3_6	0.669	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.14 terlihat bahwa kolerasi antara masing-masing pernyataan variabel X_3 menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel bukti fisik berbasis *Maslahah* penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Jaminan berbasis *Maslahah*

No	Variabel/Indikator Jaminan berbasis <i>Maslahah</i> (X4)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X4_1	0.681	0.202	Valid
2	X4_2	0.804	0.202	Valid
3	X4_3	0.562	0.202	Valid
4	X4_4	0.819	0.202	Valid
5	X4_5	0.776	0.202	Valid
6	X4_6	0.741	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.15 terlihat bahwa kolerasi antara masing-masing pernyataan variabel X_4 menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel jaminan berbasis *Maslahah* penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Empati berbasis *Maslahah*

No	Variabel/Indikator Empati berbasis <i>Maslahah</i> (X5)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X5_1	0.789	0.202	Valid
2	X5_2	0.701	0.202	Valid
3	X5_3	0.835	0.202	Valid
4	X5_4	0.876	0.202	Valid
5	X5_5	0.715	0.202	Valid
6	X5_6	0.680	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.16 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing pernyataan variabel X₅ menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung > r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel empati berbasis *Maslahah* penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Kesimpulan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung > r tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 93$ ($n = 95 - 2$) diperoleh r tabel = 0,163 maka dapat diketahui r hasil tiap-tiap item > 0,202 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variabel penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel/Indikator kepuasan Pelanggan (Y)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Y_1	0.609	0.202	Valid
2	Y_2	0.759	0.202	Valid
3	Y_3	0.595	0.202	Valid
4	Y_4	0.608	0.202	Valid
5	Y_5	0.550	0.202	Valid
6	Y_6	0.717	0.202	Valid
7	Y_7	0.707	0.202	Valid
8	Y_8	0.669	0.202	Valid
9	Y_9	0.633	0.202	Valid
10	Y_10	0.751	0.202	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.17 terlihat bahwa kolerasi antara masing-masing pernyataan variabel Y menunjukkan hasil signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r table sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel kepuasan pelanggan penelitian adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk

mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Menurut Kriteria Nunnally (1994) Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,70 (Ghozali, 2006: 51). Hasil pengujian realibilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel berikut ini:

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel/Indikator	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
1	Keandalan berbasis <i>Maslahah</i> (X1)	0.771	6	Reliabel
2	Daya Tanggap berbasis <i>Maslahah</i> (X2)	0.727	6	Reliabel
3	Bukti Fisik berbasis <i>Maslahah</i> (X3)	0.704	6	Reliable
4	Jaminan berbasis <i>Maslahah</i> (X4)	0.814	6	Reliable
5	Empati berbasis <i>Maslahah</i> (X5)	0.852	6	Reliable
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.854	10	Reliable

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.70 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi

yang baik akan memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisis grafik melalui grafik normal P-P Plot. Normal atau tidaknya data dapat dilihat dengan dasar pengambilan keputusan. Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual keliatan normal, pada hal secara statistic bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. (Ghozali, 2006: 156). Hasil uji Normalitas yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Uji Statistik non-parametrik
Kolmogorof –Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07373559
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.064
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.217 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.206
	Upper Bound	.228

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

Dari hasil uji statistik menggunakan nilai Kolmogorov-smirnov. Dari tabel 4.19 dapat dilihat signifikansi nilai Kolmogorov-smirnov yang diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0.05 yaitu sebesar 0.228, hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenirietas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan Variance Inflation Factor (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolineritas diantara variable bebas (Ghozali, 2006: 104). Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 4.20 terlihat bahwa hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10, dan nilai Tolerance semua variabel bebas lebih dari 0.10 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1	0.624	1.602
	DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2	0.550	1.820
	BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3	0.419	2.388
	JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4	0.595	1.680
	EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5	0.427	2.341

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

Sumber: Lampiran output SPSS 2017

c. Hasil Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya. Menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Biasanya hal ini terjadi pada regresi yang datanya ada *time series* atau berdasarkan waktu berkala. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan metode *Durbin Watson test*. Metode *Durbin Watson test* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara

variabel independen. Dasar pengambilan keputusan: jika $d < d_u$ atau $(4-d) < d_u$, H_0 ditolak pada tingkat 2α sehingga secara statistik terlihat bahwa adanya autokorelasi baik positif maupun negatif secara signifikan (Ghozali, 2006: 107). Pada penelitian ini uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson yang hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.819 ^a	.671	.653	3.15890	2.736

a. Predictors: (Constant), EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5, DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2, KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1, JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4, BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3

b. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

Sumber: Lampiran output SPSS 2017

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 2.736 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 95 (n) dan jumlah variabel independen 5 (k=5), maka di tabel durbin Watson adalah sebagai berikut :

Tabel 4.22
Tabel Durbin Watson

K=5		
N	Dl	Du
15	0.5620	2.2198
95	1.5572	1.7781

Sumber: lampiran output spss, 2017

Berdasarkan tabel tersebut nilai DW sebesar 2.736 lebih besar dari batas atas (du) 1.7781 dan kurang dari $5 - 1.7781$ ($5 - du$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif (berdasarkan tabel keputusan) atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini, digunakan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan dari output program SPSS versi 22. (Ghozali, 2006: 134).

Dasar analisis uji Heteroskedastisitas yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah

angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016: 135).

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan, titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

Selain pengujian yang dilakukan dengan grafik plots juga dilakukan pengujian statistik yaitu Uji Glejser. Pengujian Glejser ini digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas secara lebih akurat dibandingkan dengan pengujian grafik plots. Dari hasil pengujian Glejser dapat dilihat hasil output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.155	2.790		.261
	KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1	.470	.120	.301	.000
	DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2	.115	.141	.067	.417
	BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3	.116	.152	.072	.448
	JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4	.250	.109	.180	.024
	EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5	.583	.133	.408	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

Sumber: lampiran output spss, 2017

Hasil tampilan output SPSS di atas menunjukkan dengan jelas hanya ada tiga variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikannya di bawah tingkat kepercayaan 5 %. Jika terdapat variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan model regresi terdapat heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Hipotesis

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitas. Variabel Independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap . (Ghozali, 2006: 98)

a. Hasil Uji R^2 (Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas . (Ghozali, 2006: 98). Penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R^2* pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R^2* dapat naik atau turun apabila satu

variabel independen ditambahkan kedalam model. Adapun tabel koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.24
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.653	3.15890

a. Predictors: (Constant), EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5, DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2, KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1, JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4, BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3

b. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

Berdasarkan Tabel 4.24 besarnya Adjusted R Square adalah 0.653, hal ini berarti 65.3% variabel Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan dari kelima variabel Keandalan berbasis *Maslahah*, Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis *Maslahah*, sedangkan sisanya ($100\% - 65.3\% = 33.7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.25
Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1813.523	5	362.705	36.348	.000 ^b
	Residual	888.098	89	9.979		
	Total	2701.621	94			

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

b. Predictors: (Constant), EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5, DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2, KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1, JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4, BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3

Sumber: lampiran output spss, 2017

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F hitung sebesar 36.348 dengan probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan atau dapat dikatakan bahwa Keandalan berbasis *Maslahah*, Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis *Maslahah* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Dan dapat di uji persial (uji t).

c. Hasil Uji t (Persial)

Regresi Linear Berganda merupakan regresi linear untuk pengujian lebih dari dua variabel bebas (independen). Menurut (Siregar, 2013:301) Analisis regresi adalah pengembangan dari regresi sederhana untuk memprediksi permintaan yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) Pada penelitian digunakan untuk menganalisis apakah ada pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat) dalam penelitian,

Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Ghozali, 2006: 97). bila nilai variabel bebas Keandalan berbasis *Maslahah*, Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis

Maslahah dimanipulasi / dirubah-rubah atau dinaik turunkan. Hasil dari SPSS yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji T-Hitung

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.155	2.790		1.131	.261
	KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1	.470	.120	.301	3.913	.000
	DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2	.115	.141	.067	.816	.417
	BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3	.116	.152	.072	.763	.448
	JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4	.250	.109	.180	2.291	.024
	EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5	.583	.133	.408	4.385	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

Sumber: lampiran output spss, 2017

Dari tabel diatas, hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam suatu model berikut :

$$Y = 3.155 + 0.470X_1 + 0.115X_2 + 0.116X_3 + 0.250X_4 + 0.583X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Variabel bebas yaitu Keandalan berbasis *Maslahah*

X₂ = Variabel bebas yaitu Daya Tanggap berbasis *Maslahah*

X₃ = Variabel bebas yaitu Bukti Fisik berbasis *Maslahah*

X_4 = Variabel bebas yaitu Jaminan berbasis *Maslahah*

X_5 = Variabel bebas yaitu Empati berbasis *Maslahah*

α = Konstanta

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta persamaan diatas sebesar 3.155 angka tersebut menunjukkan bahwa jika X_1 (Keandalan berbasis *Maslahah*), X_2 (Tanggap berbasis *Maslahah*), X_3 (Bukti Fisik berbasis *Maslahah*), X_4 (Jaminan berbasis *Maslahah*), X_5 (Empati berbasis *Maslahah*), konstan atau $X=0$, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 3.155.
- b. X_1 (Keandalan berbasis *Maslahah*), menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.470. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan penyebab Keandalan berbasis *Maslahah* sebesar 1% terhadap instansi maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0.470 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- c. X_2 (Daya Tanggap berbasis *Maslahah*), menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.115 Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan penyebab Daya Tanggap berbasis *Maslahah* sebesar 1% terhadap instansi maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0.115 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- d. X_3 (Bukti Fisik berbasis *Maslahah*), menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.116 Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan penyebab Bukti Fisik

berbasis *Maslahah* sebesar 1% terhadap instansi maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0.116 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

- e. X_4 (Jaminan berbasis *Maslahah*), menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.250 Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan penyebab Jaminan berbasis *Maslahah* sebesar 1% terhadap instansi maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0.250 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- f. X_5 (Empati berbasis *Maslahah*), menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.583. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan penyebab Empati berbasis *Maslahah* sebesar 1% terhadap instansi maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar variabel pengalinya 0.583 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

Hasil uji t dari masing – masing variabel adalah sebagai berikut :

a) Variabel Keandalan berbasis *Maslahah* (X_1)

H_1 : Keandalan (*Reliability*) dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel Keandalan berbasis *Maslahah* memiliki t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu t hitung 3.913 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0.05 - 0.10$ dan $df = n-k$, yaitu $95-1 = 94$, maka di

dapat t tabel sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Hal ini berarti lebih kecil dari tingkat signifikan 0.05 yang berarti diterima H_1 .

Ini berarti variabel Keandalan berbasis *Maslahah* dalam Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dengan demikian bahwa hipotesis pertama yang menyatakan keandalan dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

b) Variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah* (X_2)

H_2 : Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah* memiliki t hitung yang lebih kecil dari t tabel yaitu t hitung 0.816 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0.05 - 0.10$ dan $df = n-k$, yaitu $95-1 = 94$, maka di dapat t tabel sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan sebesar 0.417. Hal ini berarti lebih besar dari tingkat signifikan 0.05 yang berarti menolak H_2 .

Ini berarti variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah* dalam Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dengan demikian bahwa hipotesis kedua yang menyatakan daya tanggap dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah*

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

c) Variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah* (X_3)

H_3 : Bukti Fisik (*Tangibles*) dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah* memiliki t hitung yang lebih kecil dari t tabel yaitu t hitung 0.763 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0.05 - 0.10$ dan $df = n-k$, yaitu $95-1 = 94$, maka di dapat t tabel sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan sebesar 0.448. Hal ini berarti lebih besar dari tingkat signifikan 0.05 yang berarti menolak H_3 .

Ini berarti variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah* dalam Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dengan demikian bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bukti fisik dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

d) Variabel Jaminan berbasis *Maslahah* (X_4)

H_4 : Jaminan (*Assurance*) dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel Jaminan berbasis *Maslahah* memiliki t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu t hitung 2.291 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0.05 - 0.10$ dan $df = n-k$, yaitu $95-1 = 94$, maka di dapat t tabel sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan sebesar 0.024. Hal ini berarti lebih besar dari tingkat signifikan 0.05 yang berarti diterima H_4 .

Ini berarti variabel Jaminan berbasis *Maslahah* dalam Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dengan demikian bahwa hipotesis keempat yang menyatakan jaminan dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

e) Variabel Empati berbasis *Maslahah* (X_5)

H_5 : Empati (*Emphaty*) dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel Empati berbasis *Maslahah* memiliki t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu t hitung 4.385 sementara t tabel dengan sig. $\alpha = 0.05 - 0.10$ dan $df = n-k$, yaitu $95-1 = 94$, maka di dapat t

tabel sebesar 1.661 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Hal ini berarti lebih kecil dari tingkat signifikan 0.05 yang berarti diterima H_5 .

Ini berarti variabel Empati berbasis *Maslahah* dalam Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dengan demikian bahwa hipotesis kelima yang menyatakan empati dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Empati berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat terlihat secara simultan keseluruhan variabel dependen yaitu Keandalan berbasis *Maslahah*, Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis *Maslahah* berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Dan secara parsial Keandalan berbasis *Maslahah*, Jaminan berbasis *Maslahah*, Empati berbasis *Maslahah* juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.. Sedangkan variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah*, Bukti Fisik berbasis *Maslahah*, tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Keandalan berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, bahwa variabel Keandalan berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan keandalan dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Ini dikarenakan pada Tabel 4.6 Variabel keandalan berbasis masalah dalam pernyataannya responden rata-rata memilih setuju dan sangat setuju bisa dilihat masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat dari besar tarif angkutan murah, jam operasional BRT dari jam 07.00 s/d 19.00 wita sangat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan informasi rute, jalur perjalanan pada BRT Trans Mamminasata yang disediakan di halte ataupun di dalam BRT cukup lengkap dan hasil analisis deskriptif menunjukan bahwa responden memberikan persepsi yang baik terhadap keandalan berbasis *Maslahah*. Sehingga Keandalan berbasis *Maslahah* sudah bermanfaat bagi pelanggan yg menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Hal ini sesuai dengan teori keandalan (reliability) menurut Parasuraman *et.al* (2005) adalah Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Bila ini dijalankan

dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman (QS. Al- Ahzab: 21):

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Terjemahan:

"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah". (Kementerian Agama RI, 2008: 420)

Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

Namun penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Titin dkk (2013) dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi (studi kasus pada pengguna BRT kota Semarang Koridor II Trayek Terboyo-Sisemut). Dengan hasil penelitian berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan paling besar terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan petugas *Bus Rapid Transit* (BRT) Kota Semarang koridor II Trayek

Terboyo-Sisemut meningkat maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Daya Tanggap berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, bahwa variabel Daya Tanggap berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan daya tanggap dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata ditolak. Ini dikarenakan pada Tabel 4.7 Variabel daya tanggap berbasis *masalahah* dalam pernyataannya responden rata-rata memilih setuju dan lebih besar memilih netral bisa dilihat bahwa angkutan umum ini belum bisa menjaungkau seluruh jalan yang ada di kota Makassar dan sebagian pelanggan masih mengeluhkan BRT Trans Mamminasata seperti informasi kedatangan BRT di halte belum ada sehingga masyarakat lama menunggu. Walaupun hasil analisis deskriptif menunjukan bahwa responden memberikan persepsi yang baik atau setuju terhadap daya tanggap berbasis *Maslahah*. Ini berarti bahwa daya tanggap berbasis *Maslahah* belum bermanfaat bagi pelanggan yang menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Namun, hal ini belum bisa menjamin daya tanggap berbasis *Maslahah* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata. Hasil Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azhari dkk, yang menemukan bahwa dapat dihasilkan kesimpulan yaitu variabel kualitas pelayanan,

tarif dan fasilitas terbukti berpengaruh dan memenuhi kriteria cukup tinggi dalam mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa model penelitian yang menghasilkan uji pengaruh kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang telah sesuai dengan data di lapangan (Azhari, 2014).

Namun penelitian ini mendukung hasil penelitian Ahmad Bari yang menemukan bahwa daya tanggap dalam kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di cak cak Surabaya (Bari, 2014). Dalam penelitian ini responden rata-rata memilih netral dalam koesioner yang pernyataannya setiap keluhan pelanggan pihak BRT Trans Mamminasata bersedia memberi tanggapan dengan baik. Kebutuhan transportasi pelanggan terpenuhi oleh BRT Trans Mamminasata. Seharusnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pihak BRT harus memperhatikan keluhan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori kepuasan pelanggan yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada pelanggan. Penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 2007: 86). Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Demikian Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah SWT berfirman yang artinya : "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan)

yang lain", (QS. Al-Insyirah: 7). Sehingga kita harus lebih memperhatikan keluhan pelanggan agar kualitas pelayanan bisa meningkat.

3. Pengaruh Bukti Fisik berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, bahwa variabel Bukti Fisik berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bukti fisik dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata ditolak. Ini dikarenakan pada Tabel 4.8 Variabel bukti fisik berbasis *masalahah* dalam pernyataannya responden rata-rata memilih setuju dan lebih dominan netral bisa dilihat pelanggan atau penumpang mengatakan masih terbatasnya halte yang di jalan protokol seperti yang ada di jalan A. P. Pettarani Makassar cuma ada 3 halte sehingga masyarakat jauh berjalan kaki ke halte apalagi BRT Trans Mamminasata tidak bisa berhenti dipinggir jalan untuk mengambil penumpang, BRT harus berhenti dihalte untuk mengambil pelanggan. Walaupun hasil analisis deskriptif menunjukan bahwa responden memberikan persepsi yang baik atau netral terhadap Bukti Fisik berbasis *Maslahah*. Ini menyatakan bahwa bukti fisik berbasis *Maslahah* belum bermanfaat bagi pelanggan yang menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Namun, hal ini belum bisa menjamin bukti fisik berbasis *Maslahah* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata. Hasil Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Titin dkk (2013)

dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi (studi kasus pada pengguna BRT kota Semarang Koridor II Trayek Terboyo-Sisemut). Dengan hasil penelitian berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan paling besar terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan petugas *Bus Rapid Transit* (BRT) Kota Semarang koridor II Trayek Terboyo-Sisemut meningkat maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen.

Namun penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu Zuriantoro (2011) Kesimpulan dari penelitiannya adalah ada pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada bus rapid transit di Semarang. Dalam penelitian ini responden rata-rata memilih netral dalam pernyataan bukti fisik berbasis *Maslahah*, bukti fisik sebaiknya harus lebih diperhatikan lagi dalam transportasi umum karena apabila bermanfaat transportasi umum tersebut maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori *Maslahah* syariah Islam mengingatkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam Shatibi menggunakan istilah '*maslahah*' yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminology ekonomi konvensional. *Maslahah* merupakan tujuan hukum *syara'* yang paling utama. (Nasution, dan Edwin 2006 : 62) Menurut Imam Shatibi, *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Dapat disimpulkan bahwa *Maslahah* dalam penelitian ini adalah apabila Kualitas

Pelayanan bermanfaat bagi pelanggan yg menaiki BRT Trans Mamminasata maka itulah dikatakan *Maslahah* sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT Firmankan dalam Q.S Al-A'raf : 26,

يَبْنِيْٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰىكُمْ لِبَاسًا يُّوَارِيْ سَوْءَ تِكُمْ وَرِيْشًا وَلِبَاسُ التَّقْوٰى
ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذْكُرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Terjemahan:

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat. (Kementerian Agama RI, 2008: 153)

Ayat Ini menjelaskan bahwa Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: gedung, mobil, bus, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Sehingga dapat memuaskan pelanggan dan bisa bermanfaat pelayanannya.

4. Pengaruh Jaminan berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, bahwa variabel Jaminan berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini berarti hipotesis keempat yang menyatakan jaminan dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Ini dikarenakan pada Tabel 4.9 Variabel jaminan berbasis masalah dalam pernyataannya responden rata-rata memilih setuju dan sangat setuju bisa dilihat masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat pada saat naik BRT Trans Mamminasata keamanan pelanggan terjamin dari tindak kejahatan dan fasilitas seperti kursi, AC, dan kebersihan dalam BRT Trans Mamminasata pelanggan merasa nyaman, dan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan persepsi yang baik terhadap jaminan berbasis *Maslahah*. Sehingga pelayanan yang diberikan bisa bermanfaat bagi pelanggan yang menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Hal ini sesuai dengan teori jaminan (assurance) menurut Parasuraman *et.al* (2005) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Asy-Syu'araa':181-182,

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾

Terjemahan :

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar. " (Kementerian Agama RI, 2008: 374)

Ayat ini menjelaskan bahwa etika berdagang harus sesuai takaran dan jangan merugikan orang lain sama dengan memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah.

Namun penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Titin dkk (2013) dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi (studi kasus pada pengguna BRT kota Semarang Koridor II Trayek Terboyo-Sisemut). Dengan hasil penelitian berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan paling besar terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan petugas *Bus Rapid Transit* (BRT) Kota Semarang koridor II Trayek Terboyo-Sisemut meningkat maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Empati berbasis *Maslahah* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans Mamminasata

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, bahwa variabel Empati berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BRT Trans

Mamminasata di Makassar. Hal ini berarti hipotesis kelima yang menyatakan empati dalam kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata diterima. Ini dikarenakan pada Tabel 4.10 Variabel empati berbasis *masalah* dalam pernyataannya responden rata-rata memilih setuju dan sangat setuju bisa dilihat masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat pada saat naik BRT Trans Mamminasata karyawan yang bertugas selalu komunikatif dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan dan supir baik dalam mengemudikan BRT Trans Mamminasata. dan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan persepsi yang baik atau setuju terhadap empati berbasis *Maslahah*. Sehingga pelayanan yang diberikan bisa bermanfaat bagi pelanggan yang menggunakan BRT Trans Mamminasata.

Namun penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Wahyuni (2012) Dengan hasil penelitian yaitu faktor-faktor yang mendorong niat masyarakat menggunakan Transjakarta adalah harga tiket terjangkau, jarak tempuh atau rute yang disediakan, rasa aman ketika menunggu bus walaupun halte penuh, konsumen juga dapat menjangkau tempat-tempat di Jakarta, ketersediaan informasi, baik di dalam halte atau didalam bus, hal ini sangat membantu penumpang ketika melakukan perjalanan. Sedangkan penelitian ini BRT Trans Mamminasata belum menjangkau semua tempat-tempat yang ada di kota Makassar sehingga pihak BRT Trans Mamminasata harus memperbaiki kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan teori kualitas pelayanan (Tjiptono: 2000) bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan

cara menyampaiaannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Dan sesuai dengan teori empathy (empathy) menurut Parasuraman *et.al* (2005) adalah Peduli, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman (QS. An-Nahl : 90).

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَنِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahan :

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (Kementerian Agama RI, 2008: 374)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh kita untuk berperilaku adil dan berbuat kebajikan dan melarang kita untuk berbuat keji, kemungkaran dan permusuhan. Dengan Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis dan analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan dalam penelitian adalah keandalan berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Ini dikarenakan masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat dari besar tarif angkutan terjangkau, jam operasional BRT dari pagi-malam sangat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan informasi rute sangat lengkap. Sehingga kualitas pelayanan bermanfaat bagi pelanggan.

Daya tanggap berbasis *Maslahah* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini mungkin disebabkan karena angkutan umum ini belum bisa menjangkau seluruh jalan yang ada di kota Makassar dan sebagian pelanggan masih mengeluhkan BRT Trans Mamminasata seperti informasi kedatangan BRT di halte belum ada sehingga masyarakat lama menunggu. Seharusnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pihak BRT harus memperhatikan keluhan pelanggan.

Bukti Fisik berbasis *Maslahah* tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Hal ini mungkin disebabkan sebagian pelanggan atau penumpang mengatakan masih terbatasnya halte yang di jalan protokol Makassar sehingga masyarakat jauh berjalan

kaki ke halte. Seharusnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pihak BRT harus memperhatikan keluhan pelanggan.

Jaminan berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Ini dikarenakan masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat pada saat naik BRT Trans Mamminasata keamanan pelanggan terjamin dari tindak kejahatan dan fasilitas seperti kursi, AC, dan kebersihan dalam BRT Trans Mamminasata pelanggan merasa nyaman. Sehingga kualitas pelayanan bermanfaat bagi pelanggan.

Empati berbasis *Maslahah* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar. Ini dikarenakan masyarakat telah terpuaskan dengan BRT Trans Mamminasata bisa dilihat pada saat naik BRT Trans Mamminasata karyawan yang bertugas selalu komunikatif dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan dan supir baik dalam mengemudikan BRT Trans Mamminasata di Makassar. Sehingga kualitas pelayanan bermanfaat bagi pelanggan.

B. Implikasi / Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, berikut saran sebagai bahan pertimbangan untuk pengelola BRT Trans Mamminasata dan untuk masukan kepada Perum. Damri Makassar

1. Kepuasan konsumen merupakan keunggulan yang diharapkan oleh para pelanggan BRT Trans Mamminasata. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka pihak BRT Trans Mamminasata harus lebih meningkatkan

kualitas pelayanan. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan maka pihak perusahaan harus dapat meningkatkan fasilitas seperti jam keberangkatan BRT harus lebih jelas agar pelanggan tidak terlalu lama menunggu di halte, pembenahan halte yang harus ditambah di setiap jalan protokol dikota Makassar, memaksimalkan pengadaan mesin *e-ticeting* yang mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran dan pengadaan tv sebagai sarana hiburan.

2. Pemberian pelayanan secara langsung yang diberikan karyawan BRT Trans Mamminasata kepada pelanggan harus tingkatkan lagi, seperti keluhan dari pelanggan karena ini menjadi faktor penting yang harus segera dibenahi dalam usaha meningkatkan Kepuasan konsumen.
3. *Maslahah* di sini berarti suatu pekerjaan yang mengandung manfaat bagi setiap umat manusia, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pihak BRT Trans Mamminasata maka akan meningkatkan Kepuasan pelanggan atau kualitas pelayanan yang bermanfaat bagi semua pelanggan BRT Trans Mamminasata di Makassar.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara mengkaji atau menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diluar kualitas pelayanan berbasis *Maslahah* yang objek penelitiannya berupa jasa transportasi. Variabel yang dapat digunakan misalnya brand yang memiliki daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Wiwik. 2010, Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Kereta Api Persero. DAOP 8 Surabaya), *Skripsi*. Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Erlangga. Hal. 1-125
- Assauri, Sofjan. 1999. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Azhari, Rifqi. Nawarizul, Lubis dan Ngatno. 2014, Pengaruh Kualitas, Tarif, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang, Bus BRT Trans Semarang, *Jurnal Ekonomi*. Vol. 2 No.6 : hal 56-90
- Bahril d. s. 2016. Pembangunan perumahan rakyat dalam perspektif mashlahah Studi kasus : perum perumnas. *Jurnal Ekonomi Islam*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah SUMUT Medan. *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2,: 217-241
- Bari, Ahmad. 2014., Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di cak-cuk Surabaya. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen STIE Indonesia Surabaya*. Vol. 3 No. 12 : hal 1-23
- Binroh, Sultan Hadlirin. 2014. Pelayanan Prima dalam Perspektif Islam <https://binrohrsij.wordpress.com/2014/01/11/196/> di akses tanggal 3 Agustus 2017.
- Buchory. A. 2006. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfa Beta. Bandung.
- Ghanimata, Fifiyanita. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina. Semarang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. Vol 3 No. 1 Hal. 1-53
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit Unpid.
- , 2016. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwijaya Hendra, dan Marismiati, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa BRT Transmusi Palembang. *Jurnal Riset*. Vol. 3 No. 3, No. 34-60
- Hukum Syara, 2007. <http://www.id.wikipedia.org/wiki-hukum-syara>. Diakses tanggal 20 Juni 2017.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.

- Irawan, dan Handi. *Arti Kepuasan Pelanggan* (The meaning of customer satisfaction on Indonesian language)” <https://efisitek.wordpress.com/2007/11/11/arti-kepuasan-pelanggan-the-meaning-of-customer-satisfaction-on-indonesian-language/> diakses tanggal 23 Oktober 2016
- Irianto Agus. 2004. *Statistika Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*. Edisi pertama. Kencana. Jakarta.
- Jasa, 2010. <http://www.id.wikipedia.org-wiki-jasa>. Diakses tanggal 20 Februari 2017.
- Karim, Adiwarman. 2001. *Ekonomi Islam, Satu Kajian Kontemporer*, Gema Insani Press, Jakarta,
- Kementrian Agama RI. 2008. *Al-Qur'anul Karim dan Terjemahannya (Al-Qur'an Perkata Transliterasi)*, Penerbit Dipenegoro. Bandung
- Khan. Ghifari, 1992, *Ekonomic Rationale for The State Collection Of Zakah*, *International Journal of Islamic Financial Services* Vol. 2 No.1 : hal. 1-24
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler. P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kuncoro, 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lyhe, John F. 1996, *Cara Jitu memuaskan pelanggan*, Abdi tandur. Jakarta.
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*, Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Depok
- Mowen, J. C. & Minor, M. 2001. *Perilaku Konsumen*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Nasution, M N. 2005. *Menajemen Mutu terpadu*. Ghalia Indonesia anggota Ikapi, Bogor.
- Nasution, dan Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta.
- Noor, Juliansyah. 2010. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah*. Kencana. Jakarta.

- Parasurahman, Zeithaml, dan Berry. 2005. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 30 (2) : hal. 30-38
- Pratiwi, Duana, Ade. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Keteta Api Kaligung Mas Kelas Ekskutif pada PT. KAI DAOP 4 Semarang. *Jurnal Riset*. Vol 43 (3): hal 67-87.
- Qardhawai, Yusuf Imam. <http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/03/kepuasan-pelanggan-dalam-perspektif.html> diakses pada tanggal 06 Oktober 2016 jam 06.00
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Costomer Satisfaction*. Cet. Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Reza, Rahman, 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Sakirman, 2015 “Urgensi *Maslahah* dalam Konsep Ekonomi Syariah”, Palita: *Journal of Social-Religi Research* Vol. 1, no. 1 : No 1-25
- Serakan, Uma. 2000. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis 2*. Edisi 4. Selemba Empat. Semarang.
- Setabasri. 2012. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dengan SPSS” <http://setabasri01.blogspot.co.id/2012/04/uji-validitas-dan-reliabilitas-item.html> diakses 21 Oktober 2016
- Setabasri :2012, *Pendekatan Penelitian, Metode Metode Penelitian, Teknik-teknik Desain Penelitian dan analisis Dengan Faktor SPSS*. <http://www.setabasri01.blogspot.co/id/2012/04/metodepenelitian.html>
- Silegar, Sofyan. 2013. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta. Prenadamedia.
- Sugeng, 2009. Parasurahman, Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam” <http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html> diakses 23 Oktober 2016
- Sugiyono, 2011. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Media Kencana Persada. Bandung.

- Suryani dan Hendrayadi, 2015, *Metode Riset Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Cetakan Pertama, Kencana: Jakarta.
- Susan, Fournier dan David Glen Mick. 1999. Rediscovering Satisfaction. *Journal of Marketing*. Vol 45 No. 13: hal 134-160
- Titin, Dwi Anugrah, Patricia Dhiana Paramita, Warso Mukeri Moh. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Transportasi (Studi kasus pada pengguna BRT Kota Semarang Koridor II Trayek Terboyo-Sisemut) *Jurnal Penelitian*. Semarang. Universitas Pandanaran Semarang. Vol 4 (5) : hal. 1-18
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- , F. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Trans Mamminasata”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_Mamminasata#cite_note-3 (21 Oktober 2016)
- Tunny, Abdul Rasyid. 2014. Trans Mamminasata Di Makassar Perlu Perubahan <http://ceritaanda.viva.co.id/news/read/801183-trans-mamminasata-di-makassar-perlu-perubahan> di akses pada tanggal 5 oktober 2016 Jam 10.05
- Umar, Husein, 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo. Jakarta..
- Wahyuni, Reni. 2012. Analisis Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, dan Involvement Terhadap Penumpang. Studi Kasus: Trans Jakarta. Bus. *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Hal 1-162
- Wibowo, 2014. *“Menajemen Kinerja”*.Cet. Empat; PT Raja Grafindo Persada. Bandung.
- Winardi, 1991. *Kamus Ekonomi*, Bandung Akademika.

- Zakaria, Syandy Ibnu. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi. (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Hal. 1-141.
- Zeithaml. V.A., A. Parasuraman. dan L. L. Berry. 2004. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol 60 : hal. 37-38.
- Zuriantoro, Arief. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Bus Rapi Transit di Semarang. *Skripsi*. Manajemen Pemasaran S1. Universitas Negeri Semarang. Hal. 1-110.





Gambar 1
BRT Trans Mamminasata di Mall Panakuk kang



Gambar 2
Pelanggan sementara mengisi koesioner



Gambar 3
Penulis Mengarahkan Responden



Gambar 4
Pelanggan sementara mengisi koesioner



Gambar 5
Penulis memberikan koesioner kepada Pelanggan



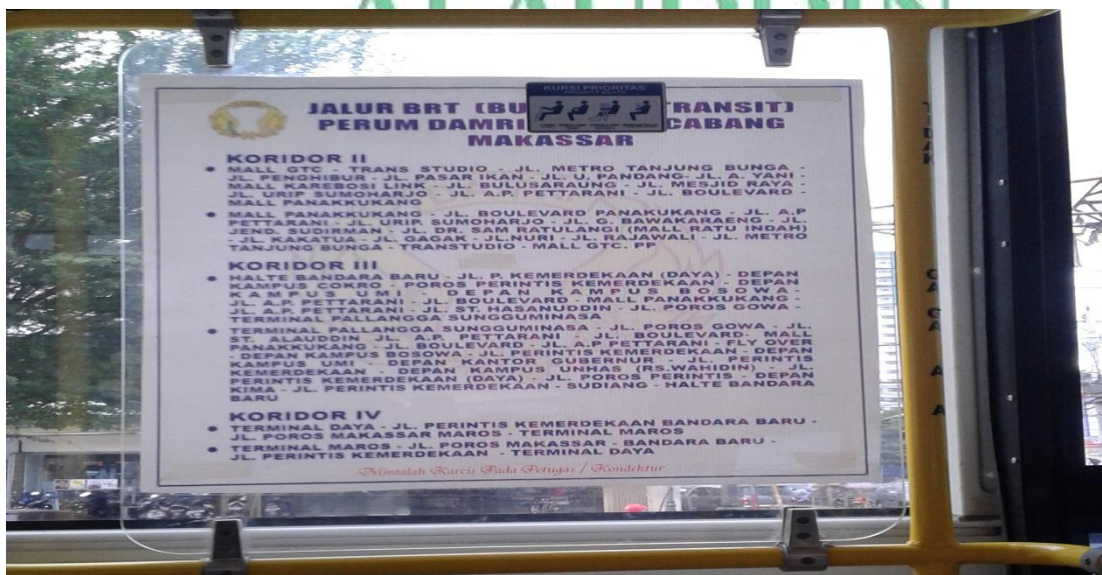
Gambar 6
Penulis bersama Menager Usaha Perum. Damri Makassar



Gambar 7
Pelanggan Sementara mengisi Koesioner



Gambar 8
Rute BRT Trans Mamminasata di Makassar



Hasil Olah Data SPSS

1. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha		
.771	.771	6

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha		
.727	.771	6

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha		
.704	.721	6

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha		
.814	.826	6

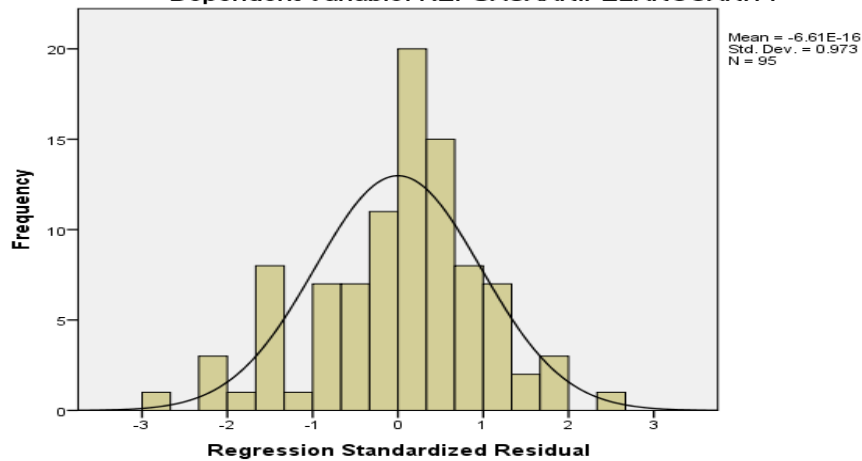
Reliability Statistics

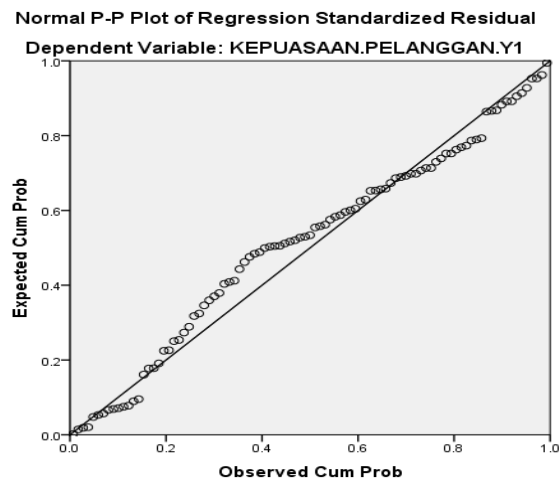
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.852	.860
		6

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.854	.856
		10

2. Hasil Uji Normalitas Data

Histogram**Dependent Variable: KEPUASAAN.PELANGGAN.Y1**



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.07373559
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.064
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed)			.010 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.217 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.206
		Upper Bound	.228

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)							
KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1	3.155	2.79		1.131	0.261		
DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2	0.47	0.12	0.301	3.913	0	0.624	1.602
BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3	0.115	0.141	0.067	0.816	0.417	0.55	1.82
JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4	0.116	0.152	0.072	0.763	0.448	0.419	2.388
EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5	0.25	0.109	0.18	2.291	0.024	0.595	1.68
	0.583	0.133	0.408	4.385	0	0.427	2.341

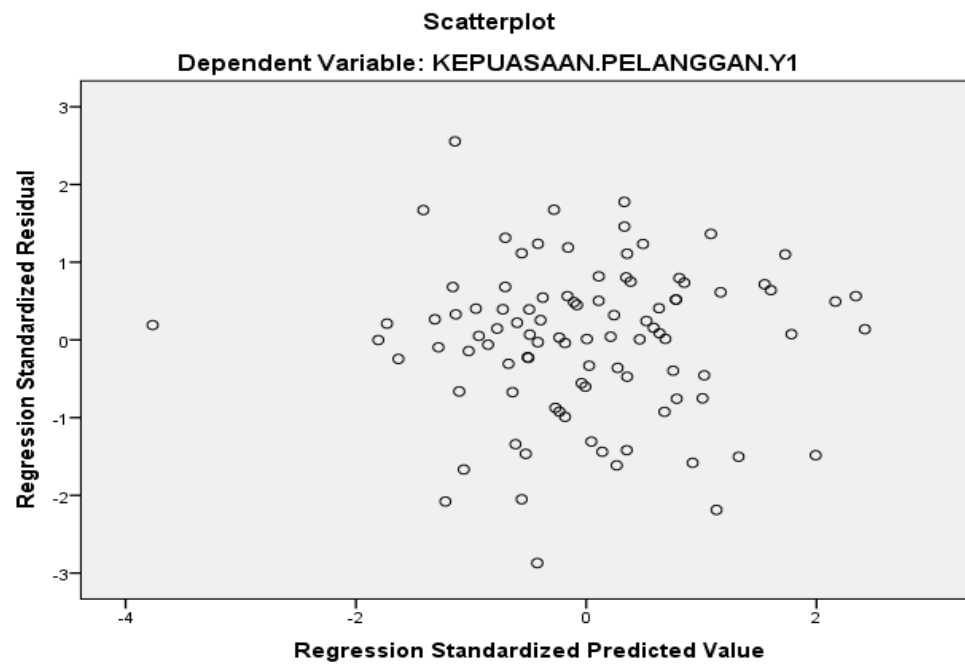
a. Dependent Variable: KEPUASAAN.PELANGGAN.Y1

4. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.819 ^a	.671	.653	3.15890	1.736

- a. Predictors: (Constant), EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5, DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2, KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1, JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4, BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3
- b. Dependent Variable: KEPUASAAN.PELANGGAN.Y1

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.653	3.15890

b. Dependent Variable: KEPUASAAN.PELANGGAN.Y1

7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1813.523	5	362.705	36.348	.000 ^b
	Residual	888.098	89	9.979		
	Total	2701.621	94			

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

b. Predictors: (Constant), EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5, DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2, KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1, JAMINAN. BERBASIS.MASLAHAH.X4, BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3



8. Hasil Uji t (Persial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.155	2.790		1.131	.261
	KEANDALAN.BERBASIS.MASLAHAH.X1	.470	.120	.301	3.913	.000
	DAYA.TANGGAP.BERBASIS.MASLAHAH.X2	.115	.141	.067	.816	.417
	BUKTI.FISIK.BERBASIS.MASLAHAH.X3	.116	.152	.072	.763	.448
	JAMINAN.BERBASIS.MASLAHAH.X4	.250	.109	.180	2.291	.024
	EMPATI.BERBASIS.MASLAHAH.X5	.583	.133	.408	4.385	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN.PELANGGAN.Y1

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

No. Kuesioner : _____ (di isi oleh peneliti)
 Nama Responden :
 Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan (**dicoret salah satu**)
 Umur :
 Pekerjaan : 1. Mahasiswa / Siswa
 2. PNS / TNI / POLRI
 3. pegawai Swasta
 4. Wiraswasta / Wirausaha
 5. Lain – Lain (**Pilihlah salah satu**)

Responden Yth.

Saya SUDIRMAN, mahasiswa semester VIII Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, UIN ALAUDDIN MAKASSAR, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E), dengan judul Kualitas Pelayanan Berbasis Masalah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada BRT Trans Mamminasata di Makassar.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan dan bantuan dari para responden untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan benar. Adapun data identitas yang terkumpul dalam kuesioner ini akan kami jaga kerahasiannya.

Atas perhatiannya dan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

BAGIAN I

Petunjuk pengisian : Pilihlah Salah satu jawaban di bawah ini dengan cara memberi tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih !

- 1) Apakah anda pernah menggunakan BRT Trans Mamminasata ?
 A. Ya B. Tidak (Stop! Pengisian Kuesioner Anda cukup sampai disini)

- 2) Apakah anda menggunakan BRT Trans Mamminasata minimal 3 kali dalam sebulan?
 A. Ya B. Tidak (Stop! Pengisian Kuesioner Anda cukup sampai disini)

BAGIAN II

Petunjuk : Berikan tanda Silang (X) pada pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat anda.

NO.	PERNYATAAN	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
	Kualitas pelayanan berbasis Masalah					
	Keandalan berbasis Masalah X1					
1	Keberangkatan BRT Trans Mamminasata tepat sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.					
2	Besar Tarif yang ditetapkan BRT Trans Mamminasata terjangkau oleh daya beli anda.					
3	Besar tarif yang ditetapkan BRT Trans Mamminasata sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan					
4	Jam Operasional BRT Trans Mamminasata (07.00 s/d 19.00 wita) sangat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas sehari-hari (kerja, kuliah, sekolah, dan lain-lain)					
5	Informasi tentang BRT Trans Mamminasata yang disediakan di halte ataupun di dalam BRT cukup lengkap (rute-rute, halte-halte, pemberhentian, dll)					
6	Tampilan pegawai BRT Trans Mamminasata dalam bertugas menggunakan seragam yang selalu tampil dalam keadaan rapi, bersin, dan sopan.					
	Daya Tanggap berbasis Masalah X2					
1	Setiap keluhan pelanggan, pihak BRT Trans Mamminasata bersedia memberi tanggapan dengan baik.					
2	Kebutuhan transportasi saya terpenuhi oleh BRT Trans Mamminasata.					
3	Informasi tentang BRT Trans Mamminasata dapat diperoleh dengan mudah.					
4	BRT Trans Mamminasata memperlancar aktivitas dan kegiatan anda tiap hari.					
5	Saya dapat menjangkau seluruh kota Makassar dengan menggunakan BRT Trans Mamminasata.					
6	Pemeriksaan tiket oleh petugas sebelum masuk BRT dilakukan secara teratur.					

Bukti Fisik berbasis <i>Maslahah</i> X3						
1	Kebersihan didalam BRT Trans Mamminasata (kursi, pegangan, jendela, pintu, dll) bersih.					
2	Tersedia fasilitas bagi penumpang cacat fisik, atau kesulitan dalam melakukan mobilitas (ibu hamil, lansia, membawa anak kecil, dll)					
3	Halte BRT Trans Mamminasata mudah dijangkau, Saya tidak perlu berjalan jauh untuk sampai kesana.					
4	Fasilitas halte BRT Trans Mamminasata sudah memadai.					
5	Fasilitas AC dan penerangan didalam BRT Trans Mamminasata berfungsi dengan baik.					
6	Kondisi tempat duduk penumpang BRT Trans Mamminasata dalam keadaan baik.					
Jaminan berbasis <i>Maslahah</i> X4						
1	Saat menunggu kedatangan BRT Trans Mamminasata, saya merasa nyaman dengan kondisi halte (kebersihan, kapasitas, & tempat duduk di tiap halte)					
2	Saya merasa nyaman dari tindak kejahatan saat berada didalam halte ataupun didalam BRT Trans Mamminasata .					
3	Penumpang mudah mendapatkan informasi tentang jadwal keberangkatan dan kedatangan BRT Trans Mamminasata					
4	Pada saat naik BRT Trans Mamminasata keamanan seorang penumpang terjamin.					
5	Pada saat naik BRT Trans Mamminasata yang anda bawa barang terjamin keamanannya					
6	Pada saat naik BRT Trans Mamminasata kursi yang anda duduki terjamin keamanannya.					
Empati berbasis <i>Maslahah</i> X5						
1	Karyawan BRT Trans Mamminasata selalu komunikatif dalam memberikan pelayanan kepada para penumpang.					
2	Karyawan Bus Trans Mamminasata memberikan perhatian khusus kepada setiap penumpang.					
3	Karyawan BRT Trans Mamminasata memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan kepada setiap penumpang.					
4	Karyawan BRT Trans Mamminasata ramah dan informatif dalam melayani penumpang.					
5	Supir BRT Trans Mamminasata baik dalam mengemudikan bus.					
6	Karyawan akan senang hati menjawab pertanyaan apabila penumpang bertanya.					

NO.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1	Kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan yang anda harapkan.					
2	Harga yang ditetapkan sesuai dengan yang anda harapkan.					
3	Fasilitas (AC, Penerangan, halte, tempat duduk,) yang diberikan oleh BRT Trans Mamminasata sesuai yang anda harapkan.					
4	BRT Trans Mamminasata mudah dijumpai pada jadwal waktu yang telah ditentukan.					
5	BRT Trans Mamminasata mudah dijumpai dibandingkan dengan angkutan bus lainnya karena ketersediaan halte.					
6	Anda memutuskan menggunakan jasa BRT Trans Mamminasata setelah mengetahui informasi dan membandingkan dengan penyedia jasa transportasi lain.					
7	Anda memutuskan menggunakan jasa BRT Trans Mamminasata karena kebutuhan transportasi yang nyaman.					
8	Jam Operasional BRT Trans Mamminasata (07.00 s/d 19.00 wita) sangat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas sehari-hari (kerja, kuliah, sekolah, dan lain-lain)					
9	Saya senang akan keputusan memilih BRT Trans Mamminasata sebagai transportasi umum yang saya gunakan sekarang.					
10	Secara keseluruhan, saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan BRT Trans Mamminasata .					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



SUDIRMAN lahir pada tanggal 9 Januari 1995 di Kota Makassar Sulawesi Selatan, merupakan anak terakhir dari enam bersaudara dari pasangan bapak Djamaluddin dan ibu Masati

Tahun 2000 memulai pendidikan di TK Aisyiyah ABA 2 Makassar, kemudian di tahun 2001 melanjutkan Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah Perumnas Makassar, kemudian pada tahun 2007 melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah 1 Makassar dan lulus pada tahun 2010. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 16 Makassar dan lulus pada tahun 2013.

Tahun 2013 lanjut ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Syariah dan Hukum yang kemudian pindah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam melalui jalur UMM (Ujian Masuk Mandiri). Penulis menyelesaikan studi pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 bulan Maret sampai Mei, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten Pangkep Kecamatan Segeri Desa Baring. dan selama kuliah pernah sebagai anggota di LDK (Lembaga Dakwah Kampus) Al-Jami UIN Alauddin Makassar, dan di Forkeis (Forum kajian Ekonomi Syariah) UIN Alauddin Makassar.



**PERUSAHAAN UMUM DAMRI
(PERUM DAMRI)
KANTOR CABANG MAKASSAR**

Jln. Perintis Kemerdekaan
Km. 14 No. 37 Makassar
Kode Pos : 90241

Telp. (0411) 510 155
Fax. (0411) 510 053

Email : damrimks@yahoo.co.id

Makassar, 14 Maret 2017

Nomor : 99 /UM.001/GM-2017
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Kepala Dinas Badan Koordinasi
Penanaman Modal Daerah
Provinsi Sulawesi Selatan
Di –
Tempat

1. Bersama ini kami sampaikan, bahwa sesuai surat Bapak No.2352/S.01.P/P2T/2017 tanggal 07 Maret 2017, perihal: Izin Penelitian **an. Sudirman**
2. Sehubungan dengan hal tersebut diatas pada prinsipnya kami tidak keberatan menerima/mengizinkan mahasiswa bapak untuk melakukan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul:
"Kualitas Pelayanan Berbasis Masalah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada BRT Trans Mamminasata Di Makassar)"
3. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



An. General Manager
Manager Keuangan, SDM dan Umum

ABDUL RAHMAN ULE
NIK. 700010608

Nomor : 1975 /EB.I/PP.00.9/2017
Lamp : -
Perihal : *Permohonan Izin Penelitian*

Samata, 7 Maret 2017

Kepada,

**Yth. Kantor UPT P2T BKPM
Sulawesi Selatan**

Di –
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama	: Sudirman
NIM	: 10200113158
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Islam
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: Jl. Tidung 4 STP, 2 Blok 16 No. 91

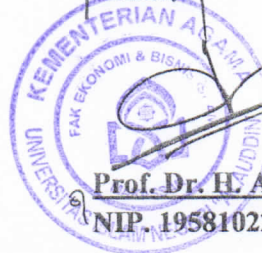
Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsinya **“Kualitas Pelayanan Berbasis Masalah dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada BRT Trans Mamminasata di Makassar)”**

Dengan Dosen Pembimbing: **1. Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.**
2. Dr. Idris Parakasi, MM.

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin melakukan penelitian di **Perum. Damri Makassar - BRT Trans Mamminasata**.
Demikian harapan kami dan terimakasih.

Wassalam

Dekan



Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.

NIP. 19581022 198703 1 002



1 2 0 1 7 1 9 1 4 2 2 4 3 3

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 2352/S.01P/P2T/03/2017
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
General Manager Perum DAMRI Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar Nomor : 1935/EB.I/PP.00.9/2017 tanggal 07 Maret 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **SUDIRMAN**
Nomor Pokok : 10200113158
Program Studi : Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. H.M.Yasin Limpo No. 36 Samata Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" KUALITAS PELAYANAN BERBASIS MASALAH DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA BRT TRANS MAMMINASATA DI MAKASSAR) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **16 Maret s/d 16 Juni 2017**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 07 Maret 2017

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Dekan Fak Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
2. Pertinggal.